

MARKETING

Η Lili Zigoslu νέα CEO της JTI Hellas

Η Lili Zigoslu αναλαμβάνει καθήκοντα CEO στη JTI Hellas, έχοντας παράλληλα, με βάση την Αθήνα, την ευθύνη των αγορών της Κύπρου και της Μάλτας. Ο απερχόμενος Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος, Victor Crespo μετακινείται στα κεντρικά γραφεία της εταιρείας στη Γενεύη προκειμένου να καταλάβει επιτελική θέση. Η Lili Zigoslu, Αμερικανικής εθνικότητας, διαθέτει περισσότερα από 25 χρόνια διεθνούς εμπειρίας στον τομέα των FMCG στην Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή, τη Λατινική Αμερική και την Ασία. Από τον Ιούλιο του 2012 μέχρι σήμερα, συνιστά μέλος της «οικογένειας» της JTI, ενώ από το 2016 εκτελεί χρέη Αντιπροέδρου Παγκόσμια για το Camel στα κεντρικά γραφεία της JTI στην Ελβετία.

Public Relations

Επέκταση του ομίλου V+O στη Βόρεια Μακεδονία

Στην αγορά της Βόρειας Μακεδονίας επεκτείνεται ο όμιλος V+O με την ίδρυση της V+O North Macedonia. Το νέο γραφείο θα παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες στρατηγικής επικοινωνίας και συμβουλευτικές σε διεθνείς και εθνικές εταιρείες, μάρκες, αλλά και οργανισμούς που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες θα περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, στρατηγικό σχεδιασμό εταιρικής επικοινωνίας, media relations, public affairs, stakeholder engagement και διαχείριση κρίσεων. Επικεφαλής του γραφείου αναλαμβάνει η Adela Gjorgjioska, με προηγούμενη εμπειρία σε εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων σε Λονδίνο και Στρασβούργο, καθώς και στο Υπουργείο Εξωτερικών της χώρας ως Σύμβουλος Επικοινωνίας. Έτσι, ο όμιλος αποκτά πλέον παρουσία σε συνολικά 7 χώρες, απασχολώντας περίπου 150 στελέχη και εξυπηρετώντας περισσότερους από 190 πελάτες.

PUBLIC RELATIONS

Ο Δ. Ιωαννίδης Group Innovation & Growth Leader στην Action Global

Σε εσωτερική αναδιάρθρωση προχωρά η Action Global Communications, στο πλαίσιο της οποίας αναθέτει στον Δημήτρη Ιωαννίδη τη διαμόρφωση μιας συνολικής ανθρωποκεντρικής στρατηγικής, με έμφαση την καινοτομία και την ανάπτυξη. Ως Group Innovation & Growth Leader, ο Δ. Ιωαννίδης θα γίνει, όπως επισημαίνει η εταιρεία, το σημείο αναφοράς για το σύνολο του οργανισμού, σχεδιάζοντας καινοτόμες πρακτικές και πολιτικές που ενεργοποιούν την ανάπτυξη και τη διεύρυνση των προσφερόμενων υπηρεσιών. Εργάζεται στον όμιλο τα τελευταία 15 χρόνια και μέχρι πρότινος κατείχε τη θέση του Γενικού Διευθυντή για τις εργασίες της εταιρείας στην Κύπρο και την Ελλάδα. Είχε, επίσης, στην εποπτεία του και την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων του εξειδικευμένου τμήματος του οργανισμού Action Digital.

Marketing... Rules!

Ο λόγος στα μέλη του ΣΔΕ. Απόψεις υψηλόβαθμων στελεχών του Marketing και της Επικοινωνίας.

Μαριάννα Παπαδοπούλου,
Γενική Διευθύντρια Marketing,
METRO AEBE



Συναισθηματικοί δεσμοί

Το σημαντικότερο marketing lesson που μας άφησε το 2020 για τα επόμενα χρόνια είναι... Δεν είναι άλλο από τη θεωρία του Δαρβίνου- προσαρμοστικότητα, ευελιξία, ταχύτητα, ανθεκτικότητα. Αλλά και πίστη και εμπιστοσύνη στο ανθρώπινο δυναμικό μας.

Το διαχρονικό «σημάδι» της πανδημίας στον καταναλωτή είναι... Αξίες που εντάθηκαν, συνήθειες που θα μείνουν: 1. Ανάγκη για υγεία & ευεξία (φυσική – πνευματική). Παράλληλα, προστασία περιβάλλοντος και πλανήτη. 2. E-shop grocery, σύζευξη των καναλιών αγοράς (omnichannel). 3. Βιωσιμότητα - αειφορία: όχι πια ωραίες αλλά κάπως αφηρημένες έννοιες. Η ανάγκη καθημερινών αποφάσεων ηθικής κατανάλωσης και προστασίας του περιβάλλοντος καθοδηγεί τις επιλογές περισσότερων σπιτικών. Αυστηρότερη κρίση των brands σε αυτόν τον άξονα. 4. Καλό φαγητό στο σπίτι: Το σπίτι, εκτός από βάση για εργασία, έγινε η βάση για καλό φαγητό.

Για να συνδεθεί σήμερα με την κοινωνία, το marketing πρέπει να... αυθεντικό και ειλικρινές. Να έχει αξίες, να λειτουργεί σύμφωνα με αυτές και να παραμένει συνεχώς relevant.

Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει... Στο convenience: Ταχύτητα, ευκολία πρόσβασης, πολλαπλές επιλογές, νέες ιδέες και λύσεις, νέοι τρόποι πληρωμής. Στη διεύρυνση των επιλογών: Χρονικά, γεωγραφικά, πολυκαναλικά. Στην εμπειρία: Αλλάζει την αγοραστική εμπειρία, απευθύνεται στις περισσότερες αισθήσεις, ενημερώνει, διασκεδάζει. Στην επικοινωνία/συνδεσιμότητα: Η φωνή του καταναλωτή ακούγεται και μετράει, επικοινωνία όταν και όπου βρίσκεται ο πελάτης, προσωποποιημένη επικοινωνία. Στις υποδομές: Ασφάλεια, ταχύτητα, βελτίωση της ποιότητας αγαθών, πρόβλεψη αναγκών, απρόσκοπτη μετάβαση μεταξύ εμπορικών καναλιών.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... αντιληφθούμε ότι δεν είναι αντικρουόμενες έννοιες. Η συνειδητή προσπάθεια για τη βελτίωση της βιωσιμότητας μιας επιχείρησης αποτελεί την απόλυτη κίνηση επιχειρηματικότητας.

Good Marketing σημαίνει... δημιουργία συναισθηματικού δεσμού, όχι διεκπεραιωτική σχέση. Σε βάθος αντίληψη της ζωής και καθημερινότητας καταναλωτών, ικανοποίηση αξιακού πλαισίου τους, μελέτη των megatrends για proactive πρόσθεση αξίας στη ζωή τους.

Ο Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος, μέλος της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA), υποστηρίζει έμπρακτα αποτελεσματικές και υπεύθυνες πρακτικές marketing και επικοινωνίας.

