★ BUSINESS GOOD NEWS ★ BUSINESS GOOD NEWS ★ BUSINESS GOOD NEWS ★ BUSINESS GOOD NEWS ★

ΕΡΕΥΝΑ DELOITTE: GLOBAL MARKETING TRENDS REPORT 2022

Το purpose φέρνει ανάπτυξη

Ποια είναι η βασικότερη διαφορά μεταξύ ενός επιτυχημένου brand και κάποιου με χαμηλότερες επιδόσεις; Η έρευνα Global Marketing Trends Report 2022 της Deloitte δίνει πολύτιμες απαντήσεις στο ερώτημα.

Τα επιτυχημένα brands διαφέρουν από τα υπόλοιπα ως προς τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουν το purpose, είναι μεταξύ άλλων το βασικότερο συμπέρασμα της έρευνας της **Deloitte**. Ο τρόπος με τον οποίο ένα brand αντιμετωπίζει το purpose το οποίο υπηρετεί, καθορίζει και τη μετέπειτα πορεία του, όπως αναφέρει η έρευνα. Αν το purpose έχει γίνει βίωμα της εταιρείας και το ενστερνίζονται τόσο τα υψηλόβαθμα στελέχη όσο και οι απλοί εργαζόμενοι της εταιρείας, τότε η ανάπτυξη του brand είναι απλά θέμα χρόνου να συμβεί. Στα συμπεράσματα αυτά κατέληξε η έρευνα της Deloitte, μετά από μελέτη επιτυχημένων brands που σημείωσαν ανάπτυξη 10% ανά έτος.

Το χαρακτηριστικό που δίνει υπεραξία

Ενώ πιστεύουμε πως η τιμή και η ποιότητα ενός brand είναι οι ιδιότητες που το χαρακτηρίζουν, η έρευνα της Deloitte αναφέρει πως άλλο είναι το βασικότερο χαρακτηριστικό που θα ξεχωρίσει κάποιο brand από τον ανταγωνισμό. Ο λόγος για το purpose, που κάνει ένα brand να ξεχωρίζει από τα υπόλοιπα, χαρίζοντάς του μια πιο προσωπική «πινελιά». Όταν τα brands γνωρίζουν ποιον εξυπηρετούν και τι ακριβώς αναζητούν οι πελάτες, μπορούν να προβάλουν μέσω του purpose τη διαφορετικότητά τους, να αναδειχθούν σε επίπεδο ανταγωνισμού και να κινηθούν προς την κατεύθυνση που οι πελάτες αναμένουν.

Η έρευνα αναφέρει πως τα brands που είναι αφοσιωμένα στο purpose είναι σε πλεονεκτική θέση σε επίπεδο ανταγωνισμού. Στην εν λόγω μελέτη, όπου συμμετείχαν 1.100 στελέχη πολυεθνικών, αποδείχθηκε πως τα brands που «μεταφράζουν» το purpose σε δράση, διαφοροποιούνται σημαντικά σε επίπεδο ανταγωνισμού από τα υπόλοιπα που έχουν χαμηλότερες επιδόσεις. Τα brands αυτά αντιμετωπίζουν ολιστικά το purpose, δίνοντας μια νέα διάσταση στην ανάπτυξη και προσφέροντας υπηρεσίες εκείνες τις οποίες αναζητούν οι πελάτες.

Τέλος, η έρευνα της Deloitte αποκάλυψε πως τα brands που σημειώνουν υψηλή ανάπτυξη είναι κατά 66% πιο πιθανό να χρησιμοποιήσουν το purpose για να καθοδηγήσουν τους εργαζομένους τους στη λήψη των σωστών αποφάσεων, σε αντίθεση με τα brands χαμηλότερων επιδόσεων, που στρέφονται κατά 41% στο purpose, προκειμένου να χαράξουν τη μελλοντική πολιτική τους.

Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται οι επιχειρηματικές ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΑΠΟ ΠΟΤΕ ΟΙ ΒΙΩΣΙΜΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Οι επενδυτές διακρίνουν ολοένα και περισσότερα οφέλη και πλεονεκτήματα από την ενσωμάτωση βιώσιμων επενδύσεων (sustainable investing) στα χαρτοφυλάκιά τους, σύμφωνα με τη νέα έρευνα για το **Επενδυτικό Κλίμα** (Investor Sentiment survey) της **UBS**, της κορυφαίας εταιρείας διαχείρισης περιουσιακών στοιχείων παγκοσμίως. Η έρευνα, στην οποία συμμετείχαν 3.004 επενδυτές και 1.202 ιδιοκτήτες επιχειρήσεων από 15 διεθνείς αγορές, διαπίστωσε ότι η πλειονότητα των επενδυτών αναμένει τις αποδόσεις των βιώσιμων επενδύσεων να είναι αντίστοιχες ή και να υπερβούν εκείνες των παραδοσιακών επενδύσεων, καθώς το 69% αναζητά συμβουλές σε σχέση με την αύξηση κατανομής του χαρτοφυλακίου του. Επιπλέον, σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, οι περισσότεροι επενδυτές διατηρούν την αισιοδοξία τους σχετικά με την πορεία της οικονομίας (67%) και της χρηματιστηριακής αγοράς (63%) της περιοχής τους για τους επόμενους 12 μήνες, ωστόσο μεγεθύνονται συνεχώς οι ανησυχίες τους αναφορικά με τις φορολογικές αυξήσεις, την κλιματική αλλαγή και την πολιτική των χωρών τους.

★ BUSINESS GOOD NEWS ★ BUSINESS GOOD NEWS ★ BUSINESS GOOD NEWS ★