



Marketing... Rules!

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

Μαργαρίτα Κανδύλη, Regional Head of Brand
@ Marketing Communications, Intersport

Στερεότυπα στην επικοινωνία

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι... να «καθαρίσουν» το τοπίο για το κάθε brand και να προτείνουν επικοινωνιακά πλάνα βασισμένα στη στρατηγική της επόμενης ημέρας, ώστε να τους βοηθήσουν να ξεχωρίσουν και να καινοτομήσουν χρησιμοποιώντας νέα εργαλεία και trends.

Το μοντέλο συνεργασίας clients-agencies αλλάζει επειδή... το μοντέλο του in-housing αναπτύσσεται συνεχώς. Στην παρούσα φάση φαίνεται ότι ο πελάτης γίνεται πιο «αυτόνομος» και τα agencies αναπτύσσουν το κομμάτι του consulting.

Η εξέλιξη της τάσης του in-housing θα εξαρτηθεί από... πολλούς και διαφορετικούς παράγοντες. Δεν είναι μόνο οι ποσοτικοί δείκτες ή το budget saving της εταιρείας που πρέπει να μας απασχολούν, αλλά και ποιοτικοί λόγοι όπως η εσωστρέφεια που αναπτύσσεται με το συγκεκριμένο μοντέλο, αφού οι in-house ομάδες έχουν μικρή έκθεση σε νέα trends, best market practices κ.λπ.

Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping, εάν... οι εταιρείες επικοινωνούν τις ιδέες και τα values τους στον κοινό μέσω δύο βασικών στοιχείων: της γλώσσας και της εικόνας. Η εικόνα έχει έναν λίγο πιο δυνατό ρόλο, μιας και σε κάποιες περιπτώσεις εισάγει διακρίσεις λόγω φύλου, όταν απεικονίζει τα δύο φύλα μόνο μέσα από στερεοτυπικούς τρόπους. Η αλλαγή θα πρέπει να ξεκινήσει από τους marketers, οι οποίοι οφείλουν να μην ενισχύουν τα στερεότυπα των φύλων, συμπεριλαμβάνοντας ένα ευρύ μείγμα ανθρώπων σε διαφορετικά περιβάλλοντα. Αντικειμενικά όμως, οι τάσεις δημιουργούνται κι από αλλού. Ακόμα και τα emojis επαναλαμβάνουν στερεότυπα βάζοντας τους άντρες σε ενεργούς ρόλους (π.χ. αθλητές) και συμπεριλαμβάνοντας μόνο γυναίκες σε στερεοτυπικές αναζητήσεις (κούρεμα μαλλιών ή χορεύτριες) ή και μη συμπεριλαμβάνοντάς τις γενικώς. Πρέπει λοιπόν να έχουμε υπόψη μας ότι τα emojis είναι επίσης ένας τρόπος επικοινωνίας και μπορεί να υποστηρίξει την ισότητα των φύλων ή το αντίστροφο.

Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει... λύσεις, ευελιξία, εξυπηρέτηση, αλλά και επαφή!

Το remote working είναι... αντικείμενο συζήτησης σε πολλές εταιρείες, σχετικά με το εάν οι εργαζόμενοι θα επιστρέψουν στα γραφεία τους ή θα συνεχίσουν να εργάζονται εξ αποστάσεως όταν ο Covid-19 τεθεί υπό έλεγχο. Έρευνες δείχνουν ότι περίπου το 70% των εργαζομένων επιθυμεί να συνεχίσει κάποια μορφή εξ αποστάσεως εργασίας.

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



DIGITAL MARKETING

Τις Imba και Reprise επέλεξε η Bayer Ελλάς

Imba και Reprise ενώνουν τις δυνάμεις τους για τις επικοινωνιακές ανάγκες της Bayer Ελλάς στα κοινωνικά δίκτυα. Ο Γιάννης Μπουτάς, Head Creative της Imba, τονίζει πως «ο τομέας στον οποίο ειδικεύεται η Bayer είναι απαιτητικός στις επικοινωνιακές ανάγκες και πρακτικές του. Είμαστε εδώ για να βοηθήσουμε σε κάθε βήμα, να καλύψουμε κάθε ανάγκη σε 360 επίπεδο και φυσικά να εξελιχθούμε και εμείς σαν επαγγελματίες, μέσα από αυτήν την συνεργασία. Ώρα για το κοινό να γίνει και αυτό κομμάτι του οράματος της Bayer μέσα από τα νέα ελληνικά social κανάλια της». Από τη μεριά της, η Όλγα Σπαθή, Head της Reprise, συμπληρώνει πως «αποτελεί μεγάλη πρόκληση και τιμή για εμάς να υποστηρίξουμε την προσπάθεια της Bayer στον digital κόσμο».

ADVERTISING

Η Πωλίνα Σοφρώνη στην Dentsu Greece

Η Dentsu προχωρά στη στρατηγική επιλογή δημιουργίας του ρόλου Marketing & Communications Manager, ενισχύοντας περαιτέρω τη δυναμική της στην ελληνική αγορά. Στόχος είναι ο συντονισμός της Corporate Επικοινωνίας της, αλλά και η ενίσχυση τόσο της προσέγγισης του New Business, όσο και της στρατηγικής ανάπτυξης των διεθνών της brands, Carat, dentsu X & iProspect, καθώς και η ενδυνάμωση των προσφερόμενων υπηρεσιών στους πελάτες του ομίλου. Τον νέο ρόλο ανέλαβε η Πωλίνα Σοφρώνη, έμπειρο στέλεχος της αγοράς της Επικοινωνίας & του Marketing, με σημαντική πορεία σε μεγάλες εταιρείες του χώρου. «Είμαι ιδιαίτερα χαρούμενος που συναντιόμαστε και πάλι με την Πωλίνα», δήλωσε ο Πέτρος Καραχάλιος, CEO της Dentsu στην Ελλάδα. «Η γνωριμία μας με την προσωπικότητα και τη δουλειά της, στη θητεία της ως Social Channels and Influencer Marketing Manager στο παρελθόν στην Isobar, ήταν για μας η μεγαλύτερη εγγύηση για να της εμπιστευτούμε αυτόν τον νέο ρόλο που η Dentsu δημιουργεί πρώτη στην χώρα μας, αναγνωρίζοντας την σημαντικότητά του για τους σημερινούς και αυριανούς πελάτες και συνεργάτες μας».

MARKETING

Η Perco εισέρχεται στην ελληνική αγορά

«**Ανοιγμα**» στην Ελλάδα σχεδιάζει, μέσα στο 2022, η εταιρεία λιανικής Perco. Συγκεκριμένα, προβλέπεται η λειτουργία 12 καταστημάτων, εκ των οποίων τα πρώτα προγραμματίζεται να ανοίξουν το φθινόπωρο του 2022. Στόχος της Perco είναι να ανοίξει τα πρώτα της καταστήματα στην περιοχή της Αθήνας, ενώ θα ακολουθήσει περαιτέρω επέκταση και στην υπόλοιπη χώρα. Με αυτόν τον τρόπο, η Ελλάδα θα καταστεί η 17η ευρωπαϊκή αγορά στην οποία δραστηριοποιείται η αλυσίδα, μετά τις Εσθονία, Ιταλία, Ισπανία, Βουλγαρία, Αυστρία κ.ά.