



### Marketing... Rules!

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

Νατάσα Χριστοφί,  
Marketing Manager, Ikea Ελλάδα

## Ο «άνθρωπος» καταναλωτής

**Τ**ο 2021 ήταν για τα brands και τους brand owners... η δεύτερη χρονιά δοκιμασίας από τις πρωτόγνωρες συνέπειες της πανδημίας. Η πρώτη προτεραιότητα ήταν στην ασφάλεια και την υγεία των εργαζομένων, αλλά και στην εξασφάλιση της επιχειρηματικής βιωσιμότητας των εταιρειών και τη διαφύλαξη των μαρκών. Οι επιχειρήσεις έπρεπε να επιδείξουν ευελιξία και αντανakλαστικά προκειμένου να προσαρμοστούν στις αλλαγές της λειτουργικότητας και των καταναλωτικών συνθηκών. Οι επιχειρήσεις δοκιμάστηκαν αλλά και δοκίμασαν νέες επιχειρηματικές και εργασιακές πρακτικές. Τα κανάλια ηλεκτρονικών πωλήσεων αποδείχτηκαν πολύτιμο εργαλείο. Τα προβλήματα στην εφοδιαστική αλυσίδα και η διαθεσιμότητα και το κόστος των πρώτων υλών αποτέλεσαν ισχυρές προκλήσεις. Σήμερα, οι επιχειρήσεις βρίσκονται στο κατώφλι μιας νέας εποχής με κύριους άξονες την ψηφιακή μετάβαση, την πράσινη ενέργεια και τον «άνθρωπο» καταναλωτή που είναι η κινητήρια δύναμη.

### Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι...

Η πανδημία ώθησε τους καταναλωτές να προχωρήσουν σε προσωπικές αλλαγές και μία επανεκκίνηση αξιών και τρόπων ζωής. Ο καταναλωτής είναι πιο συνειδητοποιημένος, ευελπιστεί σε μία ανάκαμψη, θέλει να πραγματοποιήσει τα σχέδια που άφησε πίσω του, να περάσει στη δράση και να έχει άμεση πρόσβαση στις επιθυμίες και τις ανάγκες του. Η φροντίδα για τον άνθρωπο και η βιωσιμότητα είναι στις προτεραιότητές του.

**Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν...** οι επιχειρήσεις θα ισορροπήσουν την οικονομική τους ανάπτυξη με τον θετικό τους αντίκτυπο στο περιβάλλον. Θα ανταποκρίνονται δηλαδή στις ανάγκες των ανθρώπων του σήμερα, χωρίς να διακυβεύουν τις ανάγκες των μελλοντικών γενεών.

**Ο ρόλος του marketing στην πορεία για βιωσιμότητα είναι...** να εμπνεύσει τον καταναλωτή για τις αλλαγές που μπορεί να κάνει στον τρόπο ζωής του και στην καταναλωτική του συμπεριφορά, έτσι ώστε να συμβάλλει στη διαμόρφωση ενός πιο βιώσιμου τρόπου ζωής.

**Εάν είχα το μαγικό ραβδί...** θα χάραζα πολιτικές για την επίτευξη του στόχου της καταπολέμησης της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού.

**Στην WFA Global Marketer Week 2022 στην Αθήνα, θα πάω γιατί...** είναι η μεγαλύτερη διοργάνωση του κλάδου του marketing παγκόσμια, γεμάτη γνώση και έμπνευση.

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



### ADVERTISING

## Ο καφές Bristot στην Forestview

**Η Forestview αναλαμβάνει** το συνολικό στρατηγική για τη προώθηση του brand Bristot, στην ελληνική αγορά. Η Bristot, με έδρα το Belluno της Ιταλίας στους πρόποδες των Δολομιτών είναι ένα brand «με μακρά ιστορία και κείμενο ρόλο στην ανάπτυξη του ιταλικού καφέ από τις αρχές του 20ου αιώνα», όπως αναφέρει σε σχετική ανακοίνωσή του το agency. Το ιταλικό brand έχει ήδη παρουσία σε 65 χώρες του εξωτερικού.

### MARKETING

## Στο Public Group ο Νίκος Βαρβαδούκας

**Τη θέση του VP Brand & Customer** στο Public Group ανέλαβε πρόσφατα ο Νίκος Βαρβαδούκας. Τα τελευταία 5 σχεδόν χρόνια κατείχε τον ρόλο του Chief Omnichannel Officer | Board Member στην Cosmos Sport SA, στην οποία συνεχίζει ως Non Executive Director. Έμπειρο στέλεχος της αγοράς, είχε συνεργαστεί ξανά με το Public το διάστημα 2010-2016, από θέσεις όπως Director of eCommerce, Digital Mkt & CRM Greece/CY και CMO, Brand, Trade Marketing & e-Commerce Greece/CY. Στο πλαίσιο της επαγγελματικής του πορείας, έχει επίσης συνεργαστεί με τις Douleutaras, Convert Group, Philip Morris International, Apivita, Diageo και Γερμανός.

### MARKETING

## Στην Ελληνικός Χρυσός ΑΕ ο Γεράσιμος Μονοκρούσος

**Στο δυναμικό της Ελληνικός Χρυσός ΑΕ** εντάχθηκε φέτος ο Γεράσιμος Μονοκρούσος, αναλαμβάνοντας τον ρόλο του Corporate Communications Manager. Προέρχεται από την Νέα Οδό, με την οποία συνεργάστηκε για σχεδόν 10 χρόνια. Εντάχθηκε στην εταιρεία ως PR & Marketing Assistant το 2012, ενώ τελευταία του θέση ήταν αυτή του Head of PR, Marketing & CSR.

### MARKETING

## Η Αγάπη Παπαδοπούλου στην Ελληνική Ζύμη

**Η Αγάπη Παπαδοπούλου μετακινείται** από την εταιρεία Μπάρμπα Στάθης, στην οποία κατέχει τη θέση της Deputy Chief Executive Officer, στην εταιρεία του ομίλου Μ. Αραμπατζής ΑΒΕΕ - Ελληνική Ζύμη, όπου αναλαμβάνει καθήκοντα Commercial and Business Development Director. Υπενθυμίζεται ότι πρόσφατα ολοκληρώθηκε η συναλλαγή μεταβίβασης των μεριδίων των εταιρειών Ελληνική Ζύμη ΑΕ και Άλεις ΑΒΕΕ, προς την εταιρεία Μπάρμπα Στάθης ΑΒΕΕ της Vivartia. Πλέον η Μπάρμπα Στάθης και ο Μιχαήλ Αραμπατζής κατέχουν αντίστοιχα το 75% και 25% της Ελληνική Ζύμη και της Άλεις.