



Marketing... Rules!

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

Ράνια Φιλιππακοπούλου,
Marketing @ Trade Marketing Director Laundry
@ Home Care, Henkel Greece @ Cyprus

Προστιθέμενη αξία

Το 2021 ήταν για τα brands και τους brand owners... μια χρονιά με μεγάλες αλλαγές και ανακατατάξεις. Ο καταναλωτής πλέον αναζητά στις μάρκες την ποιότητα και την καινοτομία, αλλά και την πιο προσωποποιημένη προσέγγιση, πράγμα που σημαίνει ότι τα brands πρέπει να ξεφύγουν από τα στενά όρια του παραδοσιακού promotion και να οδηγηθούν στην κατεύθυνση της προστιθέμενης αξίας. Στη νέα αυτή κατάσταση, κάποια από τα mega trends, όπως η μετάβαση στην ψηφιοποίηση, επιταχύνθηκαν, το online κανάλι κέρδισε καταναλωτές, ενώ πλέον η αειφορία και η κοινωνική υπευθυνότητα αποτελούν σημαντικά κριτήρια της αγοραστικής απόφασης.

Ο ρόλος του marketing στην πορεία για βιωσιμότητα είναι... καταλυτικός και θα πρέπει να ξεκινάει ήδη από τον σχεδιασμό του ίδιου του προϊόντος και της επικοινωνιακής στρατηγικής, θέτοντας μακροχρόνιους μετρήσιμους στόχους. Το αφήγημα των μαρκών σχετικά με την αειφορία θα πρέπει να έχει συνέχεια, συνέπεια και διαφάνεια προκειμένου να επιτευχθεί μακροπρόθεσμη βιώσιμη ανάπτυξη.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι... ευελιξία, ενσυναίσθηση και προσαρμοστικότητα, δεδομένου ότι ζούμε σε εποχές ταχέως μεταβαλλόμενες, με ένα επαγγελματικό περιβάλλον χωρίς σύνορα. Πολύ σημαντικές επίσης δεξιότητες είναι το time management, ο ψηφιακός γραμματισμός αλλά και η ανοιχτή επικοινωνία, διασφαλίζοντας με αυτό τον τρόπο ένα περιβάλλον συμπερίληψης όπου όλες οι απόψεις μπορούν να ακούγονται.

Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει πλέον να... μελετούν στενά τις νέες τάσεις ξεφεύγοντας από τα όρια των δικών τους μαρκών ή κατηγοριών, να ενσωματώνουν τα mega trends στη στρατηγική τους έχοντας πάντα την ευελιξία να προσαρμοστούν στα νέα καταναλωτικά δεδομένα αλλά και στο να δοκιμάσουν νέα εργαλεία & νέες συνεργασίες.

Το μοντέλο συνεργασίας clients-agencies αλλάζει επειδή... πλέον το «μαζί» είναι πιο αναγκαίο από ποτέ. Βιώνουμε εποχές μεγάλων αλλαγών με νέες τάσεις και νέα εργαλεία οπότε η ευελιξία, η πιο αυθεντική και ειλικρινής επικοινωνία, αλλά και η αναζήτηση agencies που να μπορούν εμπράκτως με όλες τους τις δυνάμεις να αγκαλιάσουν το όραμα των πελατών, αποτελούν βασικά κριτήρια επιλογής μακροχρόνιων συνεργασιών.

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



PUBLIC RELATIONS

Στην W2Strategy τα PR της Carrefour

Στην W2Strategy ανέθεσε η Carrefour τη διαχείριση των δημοσίων σχέσεων της στην Ελλάδα, ενώ το δίκτυο των καταστημάτων της αλυσίδας επεκτείνεται πανελλαδικά. Την ανάπτυξη του δικτύου καταστημάτων της Carrefour στην Ελλάδα έχει αναλάβει η Retail and More, θυγατρική του ομίλου Globalsat - Teleunicom, η οποία και ανέλαβε, μετά από σχετική συμφωνία με τη γαλλική εταιρεία, την επάνοδο της Carrefour στην ελληνική αγορά. Όσον αφορά την ανάπτυξη του δικτύου, σε συνέχεια της πρώτης φάσης επέκτασης του δικτύου της με το άνοιγμα των πρώτων πέντε καταστημάτων σε Ζάκυνθο και Χαλκιδική, η Carrefour ξεκίνησε τη λειτουργία 6 νέων καταστημάτων, συμπληρώνοντας πλέον τα 11 καταστήματα πανελλαδικά. Τα νέα καταστήματα Carrefour δημιουργήθηκαν στη Θάσο, στη Θεσσαλονίκη, στη Σαντορίνη και στην Κω. Παράλληλα, κατασκευάζεται το πρώτο κατάστημα της Αττικής, στον Πειραιά, το οποίο θα ξεκινήσει τη λειτουργία του τις επόμενες εβδομάδες. Στόχος της εταιρείας είναι η δημιουργία ενός δικτύου καταστημάτων το οποίο θα περιλαμβάνει 25 καταστήματα Carrefour Market και Carrefour Express σε ολόκληρη την Ελλάδα.

ADVERTISING

Στη Cicero η Surprise Car Rentals

Η Surprise Car Rentals, ελληνική εταιρεία με παρουσία σε 32 χώρες, ξεκινά νέα συνεργασία με τη Cicero για τη στρατηγική επικοινωνίας και προβολής της στην Ελλάδα. Το πλάνο συνεργασίας περιλαμβάνει τον προγραμματισμό και τη στρατηγική, τις σχέσεις με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και την ανάπτυξη στρατηγικών συνεργασιών σε online & offline επίπεδο. Η Cicero δραστηριοποιείται στην Ελλάδα τα τελευταία 6 χρόνια και διαχειρίζεται ένα σημαντικό portfolio πελατών που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς κλάδους, οι ανάγκες των οποίων καλύπτουν ολόκληρο το φάσμα επικοινωνίας: ATL, BTL, online, SoME & Media relations.

ADVERTISING

Νέες συνεργασίες για τη Minds

Στη Minds ανέθεσε η Ιωνική Σφολιάτα την digital επικοινωνία και στρατηγική της, μετά από spec. Η συνεργασία εγκαινιάστηκε με καμπάνια για τη Σπιτική Ζύμη, τον περασμένο Μάιο και τίτλο «Δεν την ζύμωσες στο σπίτι... όμως είναι σπιτική!». Επιπλέον, ανέλαβε την digital επικοινωνία και στρατηγική της Letto Bedroom Concept, με στόχο την ανανέωση της εταιρικής και προϊόντικής εικόνας της. Παράλληλα, τη συνεργασία της με τη Minds εγκαινίασε και η Eurímac AE για το brand MAKBEL, αναθέτοντας στο agency το digital strategy, το concept και το creative content των καμπανιών, τη διαχείριση των social και digital καναλιών της εταιρείας, καθώς και όλες τις digital PR ενέργειες του επόμενου διαστήματος.