

MarketingWeek

News & Views



Marketing... Rules!

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

Τίνα Εξάρχου,
Marketing Director,
Χήτος ABEE – Ζαγόρι

360°!

Το 2021 ήταν για brands και brand owners... συνεχής πρόκληση, πεδίο «κινούμενης άμμου», loop επαναπροσδιορισμού στόχων... Δοκιμάστηκαν αξίες και σχέσεις, μεταβήκαμε βίαια στην digital εποχή, επαναπροσδιορίστηκε η σχέση με την κάθε μάρκα μέσω και του ψηφιακού της αποτυπώματος! Έννοιες όπως συμπερίληψη, ισοτιμία, διαφορετικότητα και βιωσιμότητα «αναρριχήθηκαν», με τα brands να παίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο.

Αυτό που αναμένεται να αλλάξει τον τρόπο δουλειάς μου το 2022 είναι... η νέα φάση post-Covid κανονικότητας που διαμορφώνεται λόγω της επερχόμενης ύφεσης. Το '22 ο καταναλωτής αναζητούσε ασφάλεια από αγαπημένες μάρκες και απόλαυση νέων εμπειριών. Τώρα, «συνθλίβεται» στις συμπληγάδες πέτρες κορονοϊού - νέας οικονομικής κρίσης και ισορροπεί μεταξύ του ζήσε-το-ώρα και συγκρατήσου-για-το-νέο-δύσκολο-αύριο. Αλλάζει αγοραστική συμπεριφορά, στρέφεται στα PL και ξαναέρχεται στο προσκήνιο η σημαντικότητα της διαφοροποίησης των επώνυμων μαρκών. Από εξατομίκευση, back-to-basics! Τα brands καλούνται να διαφοροποιηθούν, «πατώντας» στις αλήθειες τους, να ορίσουν τον ρόλο τους στη digital εποχή του πληγωμένου έως ιδρυματοποιημένου καταναλωτή, να επικαιροποιήσουν το rugrose τους, να δείξουν ενσυναίσθηση.

Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει... πλέον να είναι 360°! Να εξελίξουν την ψηφιακή εμπειρία της μάρκας μέσω νέων τεχνολογιών, να συνεργαστούν με micro-influencers που χτίζουν το νέο mouth-to-mouth και να πατήσουν στο metaverse. Να μετεξελίξουν τα brands για να «κάνουν ιδανικό fit» στα επιλεγμένα κανάλια. Να πλησιάσουν έμμεσα ή άμεσα την GenZ, «αποκωδικοποιώντας» πρώτα το μυαλό και μετά την καρδιά της. Να χτίσουν μία ολοκληρωμένη omnichannel εμπειρία, σε όλα τα touchpoints.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι... διορατικότητα, δημιουργικότητα, ενσυναίσθηση, τόλμη, προσαρμοστικότητα, αμεσότητα στη λήψη αποφάσεων, συνεργατικότητα και ομαδικότητα.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... οι καμπάνιες Nike με τον Kaepernick και η «The ball should bounce the same for everyone».

Ο ρόλος του marketing στην πορεία για βιωσιμότητα είναι... καθοριστικός! Είναι ο οραματιστής του αύριο των brands αλλά και του ιδανικού τρόπου ζωής των καταναλωτών, βρίσκει τη χρυσή τομή μεταξύ του αναγκών τους για βιώσιμα καινοτόμα προϊόντα και της κερδοφορίας της επιχείρησης.

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



PUBLIC RELATIONS

Στην H+K Strategies η επικοινωνία της Klarna στην Ελλάδα

Η H+K Strategies ανέλαβε το λανσάρισμα και την εξ' ολοκλήρου επικοινωνία της παρουσίασης της εταιρείας Klarna στην ελληνική αγορά. Συγκεκριμένα, η συνεργασία της Klarna στην Ελλάδα με την H+K Strategies αφορά σε PR συνεργασίες για υπηρεσίες Γραφείου Τύπου και Media Relations, με στόχο τη μεγιστοποίηση της δημοσιότητας διαφόρων πρωτοβουλιών που αφορούν στο ευρύ κοινό, καθώς και B2B projects. Η Klarna προσφέρει εναλλακτικές επιλογές πληρωμών στις διαδικτυακές συναλλαγές και μέσω εφαρμογής παρέχει την παρακολούθηση των αγορών και των οφειλών των καταναλωτών. Η CEO της Hill + Knowlton Strategies στην Ελλάδα, Ελένη Κωνσταντινίδη, επεσήμανε: «Είναι μεγάλη τιμή για εμάς να μας εμπιστευτεί μια τόσο ξεχωριστή και καινοτόμα εταιρεία και να έχουμε την ευκαιρία να παρουσιάσουμε στην ελληνική αγορά νέους, αξιόπιστους τρόπους πληρωμής».

DIGITAL MARKETING

Στη Ristart ανέθεσε η Passas Winery

Στη Ristart ανέθεσε η οινοποιία Passas Winery, με απευθείας ανάθεση, τη γνωστοποίηση της νέας σειράς κρασιών «Μαύρα Νερά» μέσα από στοχευμένες ενέργειες σε ψηφιακά μέσα και offline ενέργειες. Συγκεκριμένα, η συνεργασία περιλαμβάνει τη βελτιστοποίηση των touch points του brand με b2b συνεργάτες της εταιρείας σε Ελλάδα και εξωτερικό, καθώς και την καμπάνια γνωστοποίησης του brand μέσω των social media channels. Σημειώνεται ότι η οινοποιία Παπαδόπουλος Κυριάκος «Passas Winery» είναι οικογενειακή επιχείρηση, η οποία άρχισε να δραστηριοποιείται στο Σταυροχώρι του Νομού Ξάνθης, στα όρια με τον Νομό Δράμας, το 2016.

ADVERTISING

New business για την Added Agency

Το νέο, διεθνές brand Stanley Barkz, το οποίο εξειδικεύεται στον σχεδιασμό και παραγωγή premium pet accessories για σκύλους και γάτες, ανέθεσε στη διαφημιστική εταιρεία Added Agency την ολιστική ανάπτυξη του brand σε διεθνές επίπεδο. Η συνεργασία περιλαμβάνει τον στρατηγικό σχεδιασμό του brand, τον επανασχεδιασμό της εταιρικής του ταυτότητας σε πλήρες επίπεδο branding, τη δημιουργία διαφημιστικών καμπανιών, καθώς και ολοκληρωμένες υπηρεσίες digital marketing. Εκτός από τον σχεδιασμό του νέου λογότυπου, η Added Agency δημιούργησε το sub-brand Stanley Barkz & Friends που εκπροσωπεί αποκλειστικά τα προϊόντα της εταιρείας για γάτες. Η στρατηγική τοποθέτηση βασίστηκε στο concept «walkies» και αναπτύσσεται δημιουργικά μέσα από τις digital καμπάνιες, με στόχο την γνωστοποίηση, ισχυροποίηση και διαφοροποίηση του brand ως την ποιοτικότερη επιλογή στην κατηγορία του.