



### Marketing... Rules!

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

Χάρης Μαρκάκη,  
Business Development Director,  
Polygreen

## Πυρήνες κοινωνικής ανάπτυξης

**Τ**ο 2021 ήταν για brands και brand owners... το reset που όλοι περιμέναμε, σε συνδυασμό με την ευκαιρία να αναδείξουμε την αυθεντικότητά μας. Είδαμε επίσης πόσο περισσότερο impactful ήταν τα brands που έδειξαν γρήγορα αντανακλαστικά και ενσυναίσθηση, καθώς και όσα συνδέθηκαν με περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση.

**Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι...** εάν πρέπει να το συνοψίσω σε μία λέξη, πολυλειτουργικότητα. Αλλά, χωρίς την καλλιέργεια ενσυναίσθησης και όλα όσα εμπεριέχει η έννοια αυτή, η πολυλειτουργικότητα δεν διασφαλίζει την επιτυχή εκτέλεση. Το να μπαίνουμε στη θέση του άλλου, να είμαστε δίκαιοι, να προστατεύουμε το περιβάλλον και να δίνουμε προτεραιότητα σε όσους έχουν μεγαλύτερη ανάγκη, είναι αυτό που μας πηγαίνει συλλογικά μπροστά.

**Μεταξύ βραχυπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού επιλέγω...** έναν συνδυασμό των δύο: αναγνωρίζω ότι οι μακροχρόνιοι στόχοι είναι σημαντικοί, αλλά χωρίς την απαραίτητη ευελιξία στην προσέγγισή τους, δύσκολα γίνονται πραγματικότητα. Η ευελιξία είναι αυτή που βοηθά την αναθεώρηση, την επανεστίαση και το να πηγαίνουν τα πράγματα μπροστά, εν τέλει.

**Η δημιουργικότητα και η αποτελεσματικότητα είναι έννοιες...** πολύπλευρες, συνδεδεμένες και εξίσου σημαντικές. Η δημιουργικότητα ανακουφίζει το «εγώ», η αποτελεσματικότητα ωφελεί το «εμείς». Όταν αυτά γεφυρώνονται, όλοι βελτιωνόμαστε.

**Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν...** συνειδητοποιήσουμε ότι η Κυκλική Οικονομία είναι μονόδρομος. Η στάση και η συμπεριφορά μας θα αλλάξει σταδιακά, αλλά η αλλαγή αυτή θα επηρεάσει εξ ολοκλήρου την καθημερινότητα και το επιχειρείν. Γι αυτό και είναι πολύ σημαντικό να υπάρχουν λύσεις, υποδομές και εκπαίδευση στη βιώσιμη διαχείριση, οι οποίες κάνουν τη συνετή απόρριψη, εύκολη επιλογή για όλους.

**Οι άνθρωποι αύριο θα αντιλαμβάνονται τις επιχειρήσεις ως...** πυρήνες κοινωνικής ανάπτυξης και όχι απλώς ως παροχείς προϊόντων και υπηρεσιών ή εργασιακά περιβάλλοντα. Οι επιχειρήσεις καλούνται να δείξουν τον πλέον κατάλληλο, για τις κοινωνίες, δρόμο για το μέλλον.

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



### DIGITAL MARKETING

## Στη Slead η SoMe στρατηγική των Toyotomi, Singer και Kerosun

**Νέα συνεργασία ξεκινά** η Slead με την Γ.Ε. Δημητρίου ΑΕΕ, η οποία αποτελεί αποκλειστικό αντιπρόσωπο των Toyotomi, Singer και Kerosun στην Ελλάδα, με στόχο τη δημιουργία μιας νέας, ισχυρής social media στρατηγικής για κάθε brand. Τόσο το τμήμα του Digital Marketing όσο και το Creative Department της Slead θα αναλάβουν να σχηματίσουν περιεχόμενο που αναδεικνύει και αντιπροσωπεύει τα brands στο ελληνικό κοινό μέσω των Social Media. «Είμαστε πολύ χαρούμενοι με τη συνεργασία αυτή. Μεγάλα Brands όπως είναι η Toyotomi, η Singer και η Kerosun αλλά και οι άνθρωποι της Γ.Ε. Δημητρίου ΑΕΕ, μας ωθούν στο να δημιουργούμε καινοτόμες ιδέες και αποδοτικές καμπάνιες με απώτερο στόχο το top of mind awareness των brands αυτών», ανέφερε ο Διευθύνων Κατσίμπας, Digital Marketing Director της Slead.

### DIGITAL MARKETING

## Νέα υπηρεσία Programmatic DOOH από την BaaS Digital

**Καταργώντας** τους γεωγραφικούς περιορισμούς στο outdoor advertising, η BaaS Digital προσφέρει στους πελάτες της τη νέα υπηρεσία «Programmatic DOOH (Digital Out of Home)», για δυνατότητα διαφήμισης και προβολής σε υπαίθριους χώρους σε Ευρώπη και ΗΠΑ. Το Programmatic DOOH Advertising αποτελεί, όπως επισημαίνει η εταιρεία, μία αποτελεσματική και προσιτή επιλογή για τις ελληνικές επιχειρήσεις που επιδιώκουν την προβολή τους στο εξωτερικό, χωρίς την πολυπλοκότητα και τα υψηλά budgets που προκύπτουν από τη συνεργασία με πολλαπλά media agencies ανά διαφημιζόμενη χώρα. Ανάμεσα στα βασικά πλεονεκτήματα της νέας υπηρεσίας είναι το γεγονός ότι «εξασφαλίζει χαμηλότερο κόστος σε σχέση με τα παραδοσιακά μέσα διαφήμισης, ενώ ταυτόχρονα προσφέρει εγγυημένα αποτελέσματα για στοχευμένη επικοινωνία με το κοινό».

### EVENTS

## Hologram Capsule από την Headline Athens στη ΔΕΘ

**Για πρώτη φορά παρουσιάστηκε** από την Headline Athens η Hologram Capsule της ARHT Media Inc. στη ΔΕΘ, για λογαριασμό της DDB και τον πελάτη της ΔΕΗ. Η Headline Athens δέχτηκε την πρόκληση να «ζωντανέψει» τον 3D Animation χαρακτήρα My Energy Coach της ΔΕΗ, ο οποίος συνομιλούσε με το κοινό σε πραγματικό χρόνο και έδινε τις συμβουλές του για την εξοικονόμηση ενέργειας και τις βιώσιμες πηγές της. Για να το πετύχει αυτό, η Headline Athens συνδύασε εφαρμογές υψηλής τεχνολογίας και μετέτρεψε το σώμα, τις κινήσεις και την ομιλία ενός ηθοποιού που βρισκόταν σε ένα στούντιο σε διαφορετική τοποθεσία, σε εικόνα, κινήσεις και ομιλία του My Energy Coach που αλληλεπιδρούσε ως animated ολόγραμμα με τους ανθρώπους που επισκέπτονταν το περίπτερο.