

MarketingWeek

News & Views



Marketing... Rules!

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

Βασίλεια Λεώνη,
Marketing Manager Chocolate and Gum @ Candy,
Greece @ Cyprus, Mondelez

Ευελιξία και τόλμη

Το 2021 ήταν για τα brands και τους brand owners... μία ακόμη χρονιά προσαρμογής σε μία ιδιαίτερα ρευστή πραγματικότητα λόγω πανδημίας, κατά τη διάρκεια της οποίας είδαμε καταναλωτικές συνήθειες να αλλάζουν εκ νέου και τάσεις ολόκληρων κατηγοριών σταδιακά να ανατρέπονται. Για όλους όμως αυτούς τους λόγους ήταν σίγουρα και μια χρονιά που μας δίδαξε πολλά και αισθανθήκαμε υπερήφανοι για brands που έκαναν τη διαφορά μέσα από purposeful καμπάνιες, «αγγίζοντας» την καρδιά και το μυαλό των καταναλωτών.

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... να συνεχίσει να στρέφεται σε brands που θεωρεί πρώτα από όλα αξιόπιστα ως προς το όφελος που προσφέρουν, ενώ παράλληλα παρατηρείται εντονότερο ενδιαφέρον γύρω από το κοινωνικό & περιβαλλοντικό «αποτύπωμα» που επιστρέφουν στο κοινωνικό σύνολο. Ακόμη και σε συνθήκες περιορισμένης αγοραστικής δύναμης όπως αυτές που βιώνουμε σήμερα, η δύναμη των brands και οι αξίες που αυτά αποπνέουν, παραμένουν ο βασικός παράγοντας ενδυνάμωσης της καταναλωτικής πιστότητας.

Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει πλέον να... διακατέχονται από μεγαλύτερη ευελιξία και τόλμη από ποτέ, με την ευρεία έννοια, γιατί η εμπειρία των τελευταίων ετών απέδειξε πως «constant change is the new normal» και εμείς οι marketers οφείλουμε να προηγουμαστε των τάσεων ώστε να ικανοποιούμε τις ανάγκες των καταναλωτών μας με τον βέλτιστο και ταχύτερο τρόπο.

Η δημιουργικότητα και η αποτελεσματικότητα είναι έννοιες... αναμφισβήτητα άρρηκτα συνδεδεμένες μεταξύ τους. Για να μεγιστοποιηθεί το πολλαπλασιαστικό όφελος από τον συνδυασμό αυτών των δύο, θα πρέπει να αλληλοσυμπληρώνονται αρμονικά από το στάδιο του briefing μέχρι τη φάση της εκτέλεσης, χωρίς να αποτελέσει κάθε μία ξεχωριστά αυτοσκοπό σε βάρος της άλλης.

Better Marketing σημαίνει... consistently more relevant and purposeful Marketing με τον καταναλωτή στο επίκεντρο!

Μεταξύ βραχυπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού επιλέγω... εκείνα τα σημεία του βραχυπρόθεσμου πλάνου που θα εξασφαλίσουν τη μακροπρόθεσμη ανάπτυξη. Είναι όμως σημαντικό, ο marketer του σήμερα να παραμένει διαρκώς σε εγρήγορση για αναθεώρηση των ενδιάμεσων βημάτων όσες φορές απαιτηθεί από το ευμετάβλητο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον, μέχρι να επιτευχθεί ο μακροπρόθεσμος στόχος.

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



ADVERTISING

Wunderman Thompson & GroupM Greece, ως ενιαίο σχήμα

Μία νέα εποχή θετικής αλλαγής, με κεντρικό μήνυμα «Together In Positive Change», ξεκινά για τη Wunderman Thompson & GroupM Greece, ως ένα ενιαίο σχήμα της WPP με διεθνή τεχνογνωσία αιχμής, κοινό τρόπο σκέψης και νέα agenda συνεργασίας για τις εταιρείες Wunderman Thompson, Tribe, Grey, MediaCom, Mindshare, MSix και MovieLab. Με το νέο μοντέλο λειτουργίας της, η Wunderman Thompson & GroupM Greece γίνεται μία μεγάλη ομάδα, μία ένωση δυνάμεων 170 στελεχών της διαφήμισης, της στρατηγικής επικοινωνίας, της τεχνολογίας, των media, των data analytics, της καινοτομίας, του marketing, της παραγωγής, των δημοσίων σχέσεων και της ψηφιακής επικοινωνίας. Μία ομάδα που συνθέτει έναν ενιαίο τρόπο προσέγγισης και διαμόρφωσης καινοτόμων προτάσεων και ολοκληρωμένων λύσεων που αντλούν έμπνευση και know-how από διαφορετικά expertise. Ως ένα σχήμα της WPP, η Wunderman Thompson & GroupM Greece όχι μόνο αξιοποιεί διαφορετικά skills και ταλέντα των ανθρώπων της στην Ελλάδα, αλλά και τα αντίστοιχα εκτός των συνόρων, μέσω των Centers of Excellence της Wunderman Thompson τα οποία προσφέρουν πρόσβαση σε γνώση και βαθιά εξειδίκευση σε τομείς που αποτελούν πια παγκόσμια κοινή γλώσσα όπως CX, e-commerce, CRM, Inclusive Experience Practice, web3, metaverse και B2B, αλλά και μέσω των εργαλείων και της τεχνολογικής υποδομής της Group M Nexus.

MARKETING

Νέος Country Manager Ελλάδας στην Kaizen Gaming

Ο Πέτρος Τρουλλινός αναλαμβάνει τη θέση του Country Manager Ελλάδας στην Kaizen Gaming. Ο ίδιος εργάζεται στην εταιρεία τα τελευταία πεντέμισι χρόνια έχοντας περάσει από τις θέσεις του Head of Marketing Operations, του Marketing & Communications Manager, κ.ά. Παλαιότερα, είχε εργαστεί στη Nelios ως Digital Content Manager.

DIGITAL MARKETING

Στη StoryHero η διαχείριση των SoMe του Vardas

Ο όμιλος Vardas, εταιρεία στο εμπόριο ανδρικών και γυναικείων ενδυμάτων και υποδημάτων, ανέθεσε στη StoryHero τη διαχείριση των social media λογαριασμών του, επεκτείνοντας τη συνεργασία που ήδη έχει με την εταιρεία. Εκτός από το Performance Marketing στα Google Ads, η StoryHero αναλαμβάνει πλέον και την προώθηση των προϊόντων του e-shop vardas.gr με διαφημιστικές εκστρατείες στα social media, καθώς και την οργανική διαχείριση των σελίδων του e-shop σε Facebook, Instagram και TikTok.