

ADVERTISING

Νέο division Consumer Engagement, Data & Experience στην Admine

Στη δημιουργία ενός νέου hyper-unit με το όνομα «CEDEX» προχωρά η Admine, με την ένωση των τμημάτων CRM & Data, Digital Media & Web Experience, το οποίο και αποσκοπεί στην παροχή νέων, καινοτόμων και ολιστικών υπηρεσιών προς τους πελάτες στον τομέα του CX & CRM. Επικεφαλής του νέου τμήματος είναι ο Νίκος Ζακάκης, PhD, συνιδρυτής της Isometrik με μακροχρόνια εμπειρία σε μεγάλες εταιρείες και υπεύθυνος για σημαντικά project και ερευνητικές δράσεις που γεφυρώνουν το χάσμα μεταξύ marketing, πωλήσεων, εμπειρίας πελάτη και τεχνολογίας. Το νέο τμήμα πλαισιώνουν και νέα στελέχη όπως η Ζωή Παπακωνσταντίνου ως Data & CRM Manager, ερχόμενη από την AB Βασιλόπουλος, και ο Θοδωρής Αποστολάτος ως Marketing Technology Expert, Key Accounts.

MARKETING

Στην Εθνική Τράπεζα ο Κωνσταντίνος Μουμούρης

Στο στελεχειακό δυναμικό της Εθνικής Τράπεζας εντάσσεται ο Κωνσταντίνος Μουμούρης, αναλαμβάνοντας καθήκοντα Head of Brand, Digital Marketing και Customer Experience, με στόχο την ενίσχυση της εικόνας και της εμπειρίας πελάτη της Τράπεζας. Καταξιωμένο στέλεχος του Marketing στην Ελλάδα με περισσότερα από 20 χρόνια εμπειρίας, προέρχεται από τη Vodafone όπου τα τελευταία 13 χρόνια είχε αναλάβει διευθυντικές θέσεις στο Consumer Commercial Unit, με πιο πρόσφατη τη θέση του Head of Marketing. Μεταξύ άλλων, επιμελήθηκε projects όπως το επαναλάνσάρισμα του Vodafone CU στα youth κοινά, η θεαματική αύξηση των digital πωλήσεων, καθώς και η ανάπτυξη της υπηρεσίας Ask Once στην εξυπηρέτηση πελατών.

MARKET RESEARCH

Focus Bari και Optimal λανσάρουν τη Neuromizer

Ένα νέο πεδίο γνώσης και δυνατοτήτων για τους τομείς του Marketing και των Ερευνών Αγοράς ανοίγει η προσθήκη του συνδυασμού μεθοδολογίας της Neuroεπιστήμης και του Marketing (Neuromarketing), που φέρνουν για πρώτη φορά στην Ελλάδα η Focus Bari και η Optimal. Στο πλαίσιο της νέας συνεργασίας τους, που ανακοινώθηκε κατά τη διάρκεια ειδικής εκδήλωσης που πραγματοποιήθηκε στο Ίδρυμα Θεοχαράκη, οι δύο εταιρείες ανακοίνωσαν το λανσάρισμα της Neuromizer, με τη χρήση του πρώτου Neuromarketing Lab στην Ελλάδα με επικεφαλής τον επιστήμονα Δρ. Νικόλαο Δημητριάδη, Head of Neuro Consulting Services της Optimal. Στο event λανσαρίσματος, ο Δρ. Νικόλαος Δημητριάδης παρουσίασε τα βασικά χαρακτηριστικά και εφαρμογές της Neuromizer, ενώ εκπρόσωποι πολυεθνικών οργανισμών μοιράστηκαν με το ακροατήριο την εμπειρία τους από σχετικά ερευνητικά projects.

Marketing... Rules!

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

Ιωάννα Μίγγου,
Group Product Marketing & Comms Director,
Εθνική Τράπεζα



Διάδραση και ευελιξία

Το 2021 ήταν για τα brands και τους brand owners... μία χρονιά συνεχών προκλήσεων, στη διάρκεια της οποίας τα brands προσαρμόστηκαν και ενδυνάμωσαν τις σχέσεις τους με τους καταναλωτές και οι επιχειρήσεις ανέπτυξαν νέες υπηρεσίες και προϊόντα, προσαρμοζόμενες σε όσα είχαν ανάγκη οι καταναλωτές και η κοινωνία. Έθεσαν στο επίκεντρο και επένδυσαν στο ESG, που πέρα από στρατηγική, είναι και μέτρο αξιολόγησης των ίδιων των καταναλωτών καθώς τοποθετούν ψηλά στα δικά τους κριτήρια το περιβαλλοντικό και κοινωνικό αποτύπωμα των brands/εταιρειών που επιλέγουν.

Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει πλέον να... είναι ευέλικτοι και να μπορούν να αναγνωρίζουν τις μοναδικές ανάγκες και προσδοκίες του οικοσυστήματος στο οποίο απευθύνονται. Ζούμε σε μία εποχή έντονων μετασχηματισμών και αλλαγών, συνεπώς κι εμείς οι ίδιοι πρέπει να επαναπροσδιοριζόμαστε και να βρίσκουμε νέους τρόπους σύνδεσης με τους πελάτες μας.

Για να συνδεθεί σήμερα με την κοινωνία, το marketing πρέπει να... επιδιώκει τη διάδραση με τον καταναλωτή, να τον κάνει να νιώθει ότι οι ανάγκες του έχουν αξία και γίνονται αντιληπτές με ουσιαστικό τρόπο. Ολοένα και περισσότερο αναγνωρίζουμε πως ο καταναλωτής επιθυμεί να συνδεθεί με εμπειρίες και όχι να ακούει επικοινωνιακές υποσχέσεις χωρίς πραγματικό «reason to believe».

Better Marketing σημαίνει... να χτίζεις σχέσεις εμπιστοσύνης και σεβασμού του brand που εκπροσωπείς με τα κοινά σου. Να αξιοποιείς τα εργαλεία του marketing για να εκπαιδεύσεις, να μιλήσεις για ζητήματα που είναι επίκαιρα και απασχολούν την κοινωνία. Να συμβάλλεις σε ένα καλύτερο, βιώσιμο αύριο.

Μεταξύ βραχυπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού επιλέγω... και τους δύο ανάλογα με την ανάγκη. Για να φέρουν το επιθυμητό αποτέλεσμα, σε συνδυασμό με μία καλά δομημένη στρατηγική σκέψη.

Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping, εάν... γίνεται με ειλικρίνεια, τη σωστή στιγμή και με έναν τρόπο που δεν έχει στόχο να εντυπωσιάσει, αλλά να προσφέρει γνώση, να διαμορφώσει μία νέα συζήτηση και να συμβάλλει στην αλλαγή mindset.

Η άνοδος του digital φανερώνει... ότι ορίζεται και θα συνεχίσει να ορίζει την εμπειρία του καταναλωτή.

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

