



Marketing... Rules!

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

Μαρίλια Τόμπρα,
Country Director Sephora Greece,
LVMH Group

«Τίποτα δεδομένο!»

Το 2021 ήταν για τα brands και τους brand owners... η χρονιά που έφερε την ανατροπή σε όσα γνωρίζαμε μέχρι τότε για το business και το working culture. Τα brands, και ειδικά οι retailers, χάραξαν νέες στρατηγικές και επιστράτευσαν νέα business models για να μπορέσουν να ανταποκριθούν στη post-covid πραγματικότητα και στις νέες καταναλωτικές συνήθειες.

Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει πλέον να... θεωρούν το out of the box thinking προαπαιτούμενο. Αυτό που επιβάλλεται να κάνει ένας marketer, πέρα από το να διασφαλίσει ότι η ιδέα είναι on brand equity, relevant για το κοινό-στόχος και value adding, είναι να αναρωτηθεί τι καινούργιο, ιδιαίτερο ή διαφορετικό προσφέρει αυτή η ιδέα σε σχέση με άλλα brands/industries. Η γνώση και τα insights για τους καταναλωτές, καθώς και για την κοινωνία, τις τάσεις και τις ανάγκες που δεν έχουν ακόμα εκπληρωθεί, είναι η βάση για την αναζήτηση μιας καινοτόμου ιδέας.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι... ευελιξία, αξιοπιστία, ταπεινότητα, ενσυναίσθηση, δυνατότητα ενεργητικής ακρόασης και επίλυσης προβλημάτων, υπευθυνότητα. Καθώς τα δεδομένα αλλάζουν συνεχώς, είναι σημαντική και η δεξιότητα του... να μη θεωρεί τίποτα δεδομένο!

Για να συνδεθεί σήμερα με την κοινωνία, το marketing πρέπει να... είναι συνεχώς alert, να έχει επαφή με την κοινωνία και τις ομάδες στις οποίες απευθύνεται. Η παρακολούθηση των digital & social media είναι σίγουρα μια βέλτιστη πρακτική για να λαμβάνει κανείς ανά πάσα στιγμή insights για την ψυχολογία των καταναλωτών.

Μεταξύ βραχυπρόθεσμου και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού επιλέγω... να συνδυάσω και τα δύο. Στο business χρειάζεται να υπάρχει πλάνο και στρατηγική για να επιτευχθούν τα αποτελέσματα της χρονιάς. Όμως, για να μπορέσει μια εταιρεία να είναι βιώσιμη μακροπρόθεσμα, απαιτείται παράλληλα σχεδιασμός σε βάθος ζετίας τουλάχιστον. Στις ιδανικές συνθήκες, αυτό που φαίνεται ως βραχυπρόθεσμο πλάνο/επένδυση, αποτελεί στην πραγματικότητα μέρος μακροπρόθεσμου σχεδιασμού.

Εάν είχα το μαγικό ραβδί... θα ήθελα να προβλέψω και να προετοιμαστώ για το επόμενο κοσμοϊστορικό γεγονός που μπορεί να αλλάξει πάλι ριζικά την πραγματικότητά μας, σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο.

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



ADVERTISING

Meteorites Creative Space: Νέο δημιουργικό σχήμα στον χώρο της επικοινωνίας

Η Meteorites Creative Space είναι το νέο «small and proud» δημιουργικό σχήμα, που ξεκίνησε να δραστηριοποιείται εδώ και μερικούς μήνες στον χώρο της επικοινωνίας, με φρέσκα ματιά, στοχευμένες δημιουργικές ιδέες και ολιστική προσέγγιση, όπως επισημαίνει. Η ομάδα σύστασης του νέου agency, την οποία αποτελούν οι Χρήστος Παπαβασιλείου, Κατερίνα Κασσέρη, Δήμητρα Μπολούτσου και Αλέξανδρος Πυρένης, συνδυάζει την εμπειρία χρόνων με τον ενθουσιασμό του «νέου» και αξιοποιεί διαφορετικά skillsets για να παρέχει δημιουργικές υπηρεσίες σε 360° επίπεδο, με digital soft spot και προσοχή στη λεπτομέρεια. Οι υπηρεσίες των Μετεωριτών καλύπτουν ολιστικά το φάσμα του δημιουργικού και είναι προσαρμοσμένες σε κάθε ζητούμενο, για μια integrated προσέγγιση στην επικοινωνία, από τη στρατηγική και το concept μέχρι το design και το post-production.

ADVERTISING

MullenLowe Athens και The Newtons Laboratory στους νικητές των Epica

Δύο Bronze βραβεία επιφύλασαν τα φετινά Epica Awards για συμμετοχές των MullenLowe Athens και The Newtons Laboratory. Συγκεκριμένα, στη λίστα με τους νικητές περιλαμβάνεται η MullenLowe Athens με Bronze διάκριση για το «An Ode To Creativity» στην κατηγορία Self-Promotion και η The Newtons Laboratory με επίσημο Bronze διάκριση για το «Give Value to your Garbage» του ΕΔΣΝΑ στην κατηγορία Public Interest – Environment. Η ολοκληρωμένη λίστα νικητών των Epica, συμπεριλαμβανομένων των Grand Prix διακρίσεων, ανακοινώθηκε κατά τη διάρκεια online τελετής την Πέμπτη 8 Δεκεμβρίου.

MARKETING

Από τη ForestView το Loyalty Scheme της Milupa

Η ForestView, η οποία λάνσαρε και διαχειρίζεται το Milupa e-shop, ενισχύει το customer experience του brand, λανσάροντας το Milupa Hearts. Το νέο πρόγραμμα επιβράβευσης που παρέχει πρόνοια και είναι διαθέσιμο στο κοινό από το direct κανάλι πώλησης του brand. Το έργο της ForestView αφορά στη μελέτη, τον στρατηγικό σχεδιασμό και την τεχνική υλοποίηση του προγράμματος, με στόχο την προσέλκυση νέων πελατών στο e-shop, αλλά ιδιαίτερα την ενθάρρυνση των επαναλαμβανόμενων αγορών και την αύξηση του Lifetime value των πελατών της. Κάθε εγγεγραμμένος χρήστης στο website, με αγορά επιλεγμένων προϊόντων που συμμετέχουν στο πρόγραμμα, μαζεύει πόντους που μπορεί να εξαργυρώσει σε εκπαιδευτικά κοουπόνια και να τα χρησιμοποιήσει σε επόμενες αγορές. Σημειώνεται ότι η Milupa ανήκει στον όμιλο εταιρειών της Danone.