

MarketingWeek

News & Views



Marketing... Rules!

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

Πάνος Κωνσταντόπουλος,
Αντιπρόεδρος Stoiceiman

«Get things done»

Τα brands και οι brand owners θα πρέπει το 2023... να αναλύσουν σε μεγάλο βαθμό τον «νέο καταναλωτή» και να προσαρμοστούν στις νέες του ανάγκες και προτεραιότητες. Βρισκόμαστε σε μια συγκυρία όπου καταγράφεται σημαντική μετατόπιση των αναγκών των καταναλωτών και η επικοινωνία των brands θα πρέπει να προκαλέσει τον δικό της μετασχηματισμό, τόσο σε επίπεδο εργαλείων και μέσων, όσο και σε επίπεδο μηνυμάτων.

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... σίγουρα διαφορετικές απ' ό,τι λίγα χρόνια πριν. Είναι περισσότερο ανυπόμονος, ενημερωμένος και απαιτητικός αλλά την ίδια στιγμή περισσότερο δεκτικός στην ολοκληρωμένη πληροφορία.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... ευελιξία και προσαρμοστικότητα. Βρισκόμαστε σε μια εποχή που τα soft skills παίζουν μεγαλύτερο ρόλο στην αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα της εργασίας και θεωρώ ότι η ανάπτυξη της ικανότητας ανάλυσης και προσαρμογής στα συνεχώς μεταλλασσόμενα δεδομένα, είναι σήμερα το ζητούμενο. Θα προσέθετα και την ευρεία αντίληψη, η οποία βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στη συνεχή ενημέρωση, είτε πρόκειται για τάσεις και νέα εργαλεία στο marketing, είτε για τη γενικότερη κοινωνική, πολιτική και οικονομική παγκόσμια συγκυρία.

Η βιωσιμότητα βρίσκεται πολύ ψηλά στην agenda των marketers γιατί... οι επιχειρήσεις πρέπει να λειτουργούν ως ενεργό μέρος της κοινωνίας, έχοντας ένα πολλαπλό ρόλο, πέρα και πάνω από την εργασία τους. Η βιωσιμότητα δεν είναι σήμερα μια τάση που ακολουθούμε για να φαινόμαστε περισσότερο επίκαιροι, αλλά η απάντηση σε μια παγκόσμια πραγματικότητα που απαιτεί οι επιχειρήσεις και τα brands να δημιουργούν το θετικό παράδειγμα της βιωσιμότητας.

Η συμπερίληψη είναι για τις εταιρείες και τα brands... ένα απόλυτα θετικό βήμα, στο οποίο πρέπει να πρωτοστατήσουν, δημιουργώντας τη βέλτιστη πρακτική. Δεν αρκεί απλά να δηλώνουν inclusive, αλλά και να το αποδεικνύουν στην πράξη.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... «Get things done» και είναι αυτό που προσπαθώ πάντοτε να δημιουργήσω ως φιλοσοφία στην ομάδα μου, πέραν της συνεχούς προσπάθειας για βελτίωση. Πρέπει να δοκιμάζουμε, να αποτυγχάνουμε, να μαθαίνουμε από τα λάθη μας και να τολμάμε ξανά και ξανά, ακόμη και όταν δεν είμαστε 100% έτοιμοι.

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



ADVERTISING

Στην Frank & Fame n Vitex

Στην Frank & Fame ανέθεσε η Vitex το σύνολο του διαφημιστικού της λογαριασμού. Η συνεργασία ξεκίνησε επισήμως από την 1η Δεκεμβρίου 2022 και προέκυψε κατόπιν διενέργειας spec. Η Vitex δραστηριοποιείται εδώ και δεκαετίες στον χώρο του χρώματος, έχοντας εξελιχθεί σε μία από τις κορυφαίες εταιρείες χρωμάτων στην Ελλάδα: «*Με αξίες της την προσήλωση στην ποιότητα, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την πρότυπη επιχειρηματικότητα, προσδοκά να συνεχίσει, μέσω της συνεργασίας με τη Frank & Fame, την ενδυνάμωση ενός σύγχρονου και αυθεντικού brand image.*»

MARKETING

Η Beverage World με νέα Head of Marketing & Trade Marketing

Η Beverage World, μέλος του ομίλου Φώτος Φωτιάδης, καλωσορίζει την Κλαίρη Χαρόγιαννη, έμπειρο στέλεχος της αγοράς στον κλάδο του F&B και τον τομέα των αλκοολούχων και μη-αλκοολούχων ποτών, στη θέση του Head of Marketing & Trade Marketing. Η Κλ. Χαρόγιαννη μετρά στο ενεργητικό της συνεργασίες με μερικές από τις μεγαλύτερες πολυεθνικές εταιρείες στην Ελλάδα, όπως η Pernod Ricard και η Red Bull. Κατέχοντας θέσεις ευθύνης στον τομέα του marketing, έχει συμβάλει στον σχεδιασμό και την υλοποίηση δημιουργικών και αναγνωρισμένων projects για κάποια από τα πιο γνωστά brands αλκοολούχων ποτών, αλλά και αναψυκτικών. Αναλαμβάνοντας τα καθήκοντά της, η ίδια δήλωσε σχετικά: «*Είμαι ιδιαίτερα χαρούμενη που αναλαμβάνω αυτή τη θέση και ανυπομονώ να συμβάλλω ουσιαστικά στην ανάπτυξη, εκτέλεση και αξιολόγηση όλων των δραστηριοτήτων marketing που απευθύνονται τόσο σε πελάτες, όσο και σε καταναλωτές, για την επίτευξη των στρατηγικών στόχων της Beverage World και του ομίλου Φωτιάδης.*»

PUBLIC RELATIONS

Η Alumil αναθέτει την επικοινωνία της στην Choose

Με μια νέα συνεργασία, η Choose Strategic Communications Partner αναλαμβάνει μια σειρά ολοκληρωμένων υπηρεσιών επικοινωνίας και διαχείρισης δημοσίων σχέσεων για λογαριασμό της Alumil, εταιρεία σχεδιασμού και παραγωγής αρχιτεκτονικών συστημάτων αλουμινίου. Ως σύμβουλος επικοινωνίας, η Choose θα παρέχει στην Alumil και Υπηρεσίες Γραφείου Τύπου, αναλαμβάνοντας έναν νευραλγικό ρόλο για την προβολή της επιχειρηματικής δραστηριότητας της εταιρείας. Επιπλέον, η Choose, με εμπειρία στην υλοποίηση δράσεων Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, θα συνδράμει στην υλοποίηση και προβολή πρωτοβουλιών της εταιρείας στο πλαίσιο της φιλοσοφίας ESG, με ιδιαίτερη έμφαση στο περιβάλλον και την ενεργό συμμετοχή στην κοινωνία.