

## ADVERTISING

### Στην The Newtons Laboratory οι Green Cola και Ζαγόρι

**Τους διαφημιστικούς λογαριασμούς** της Green Cola και της Χήτος - Ζαγόρι ανέλαβε η The Newtons Laboratory. Η Χήτος ΑΒΕΕ έχει αναλάβει την εμπορία και διακίνηση του συνόλου του προϊόντικού χαρτοφυλακίου της Green Cola Hellas ΑΕ, από 1η Ιανουαρίου 2022, με στόχο τη διεύρυνση του portfolio της και την ενίσχυση της θέσης της στην εγχώρια αγορά.

## MARKETING

### Η Δέλτα με νέο Director Corporate Affairs & Sustainability

**Ο Κωνσταντίνος Μεφσούτ ανέλαβε** τη θέση του Director Corporate Affairs & Sustainability στη Δέλτα Τρόφιμα ΑΕ, από τις αρχές του 2023. Προέρχεται από την AbbVie, με την οποία συνεργάστηκε τα τελευταία 5 χρόνια, με τελευταίο ρόλο αυτόν του Regional Government Affairs Senior Manager, Europe με έδρα τη Γαλλία.

## ADVERTISING

### Στην Initiative ανέθεσε η Coca-Cola Τρία Έψιλον

**Νικήτρια του media review** που «έτρεξε» η Coca-Cola Τρία Έψιλον αναδείχθηκε η Initiative. Η Coca-Cola Τρία Έψιλον είναι μια εταιρεία καταναλωτικών αγαθών, μέλος του ομίλου Coca-Cola HBC και στρατηγικός συνεργάτης της The Coca-Cola Company. Με 53 χρόνια παρουσίας στην αγορά, παράγει και διανέμει ένα ισχυρό χαρτοφυλάκιο προϊόντων. Σε αυτά περιλαμβάνονται εμπορικά σήματα της The Coca-Cola Company, όπως αναψυκτικά (Coca-Cola, Sprite, Fanta, Schweppes), το Fuzeteta, η σειρά φυτικών ροφημάτων AdeZ, και ο καφές Costa Coffee, αλλά και προϊόντικές μάρκες που ανήκουν στον όμιλο Coca-Cola HBC, όπως οι χυμοί Amita και Frulite και το Φυσικό Μεταλλικό Νερό Αύρα, κ.ά.

## DIGITAL MARKETING

### Νέος Growth & Marketing Strategy Director στην Wizard

**Τη θέση του Growth & Marketing Strategy Director** στη Wizard Advertising Agency αναλαμβάνει ο Χρήστος Μιστίλογλου. Με σπουδές στο Marketing και την Ψηφιακή Επικοινωνία, ο Χρήστος Μιστίλογλου έχει ακολουθήσει μια πορεία ως Διευθυντής Marketing, Πωλήσεων και Ψηφιακής Στρατηγικής σε ελληνικές και πολυεθνικές εταιρείες για περισσότερα από 15 χρόνια. Στο ενεργητικό του έχει «επιτυχημένες και πρωτοποριακές συνεργασίες, δημιουργία και λανσάρισμα καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών για τα ελληνικά δεδομένα αλλά και επικοινωνιακές και εμπορικές στρατηγικές που έχουν αυξήσει την αναγνωρισιμότητα και την κερδοφορία μεγάλων brands», όπως επισημαίνεται σε σχετική ανακοίνωση του agency.

### Marketing... Rules!

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

Όλγα Μιχαλοπούλου,  
VP Marketing, μέλος εκτελεστικής επιτροπής  
ΑΒ Βασιλόπουλος



## Συναισθηματική σύνδεση

**Η βασική πρόκληση για τα brands και τους brand owners το 2023 είναι...** το πώς μία μάρκα θα παραμείνει «σχετική». Δηλαδή πώς θα ανταποκριθεί στις ανάγκες και επιταγές των καταναλωτών, χωρίς να χάσει τη συναισθηματική σύνδεση μαζί τους, η οποία αποτελεί το θεμέλιο για μια δυνατή σχέση και, κατ' επέκταση, για την ανάπτυξή της.

**Το marketing έχει τη δύναμη να...** χτίσει «μια ιστορία» που περιγράφει το πώς θέλει η μάρκα να νιώσει ο καταναλωτής της, τι συνεκδοχές θα κάνει και άρα πόσο θα ταυτιστεί μαζί της. Γιατί το marketing δημιουργείται από ανθρώπους που κατανοούν τα κίνητρα της ανθρώπινης συμπεριφοράς, για να υπηρετήσει μάρκες που απευθύνονται σε ανθρώπους και χτίζουν σχέσεις μαζί τους.

**Better Marketing σημαίνει...** marketing αυθεντικό, πιστό στο DNA της μάρκας, που επικοινωνεί τον σκοπό της. Που προσφέρει λύσεις και έμπνευση, με απώτερο σκοπό να υπηρετήσει τους εμπορικούς στόχους και να εξασφαλίσει μακροχρόνια ανάπτυξη. Αλλά επίσης, marketing που χρησιμοποιεί τη δύναμη και τη φωνή της μάρκας για να φέρει αλλαγή και να δημιουργήσει τις βάσεις για ένα καλύτερο μέλλον για τους ανθρώπους, την κοινωνία και τον πλανήτη.

**Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι...** να εξοικειωθεί με την έννοια της αλλαγής και να ενισχύσει την (έμφυτη ή επίκτητη) περιέργεια για την ανθρώπινη συμπεριφορά. Να μαθαίνει γρήγορα και να προσαρμόζεται. Γιατί, αυτά που ξέρει σήμερα θα είναι πεπερασμένα αύριο. Και γιατί, τα technical skills από μόνα τους δεν αρκούν.

**Η βιωσιμότητα βρίσκεται πολύ ψηλά στην agenda των marketers γιατί...** βρίσκεται πολύ ψηλά στην agenda όλων και μας αφορά όλους. Οι καταναλωτές απαιτούν από τις μάρκες να πάρουν θέση, να ηγηθούν της αλλαγής, να χρησιμοποιήσουν τη δύναμη και τη φωνή τους για καλό, να αντιληφθούν το «μερίδιο ευθύνης τους» και να αναλάβουν δράση.

**Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι...** να «ζουν και αναπνέουν» τη μάρκα και τη στρατηγική της. Να φέρνουν στο τραπέζι το expertise τους και τα best practices. Να αντιλαμβάνονται τους στόχους της μάρκας ολιστικά, χωρίς να γίνεται η δημιουργικότητα αυτοσκοπός, αλλά όχημα επίτευξής της.

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

