



Marketing... Rules!

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

Μαρία Βαρουτά, Brand,
Sponsorships & Insights Manager,
Vodafone

Οι generalists

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2023 είναι... συνέχεια αυτών του 2022, με μια καινούργια διάσταση: πώς θα περάσουμε από το να διαχειριζόμαστε όσα συμβαίνουν στην κοινωνία, στο να δημιουργούμε με όραμα, επηρεάζοντας ξανά ουσιαστικά τις ζωές των ανθρώπων;

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... διαχρονικά. Ακούγεται οξύμωρο στην εποχή που τρέχει μπροστά. Αν το σκεφτείτε μαζί μου είναι αληθινό. Η δύναμη να βλέπεις τη μεγάλη εικόνα, να συνθέτεις, να εφευρίσκεις, η ενουναίσθηση, το ένστικτο, είναι οι ποιότητες των marketers που κάνουν τη διαφορά για τις μάρκες, τις εταιρείες και κυρίως τους ανθρώπους. Αποθεώσαμε την εξειδίκευση, μας απορρόφησε η ανάλυση των data, μπήκαμε να απαντήσουμε στα θέματα της εποχής κάθε φορά πιο γρήγορα. Οι marketers του μέλλοντος είναι οι generalists και όχι οι specialists. Στο «Range» του D. Eirpstein θα ανακαλύψετε ωραίες ιστορίες.

Η βιωσιμότητα βρίσκεται πολύ ψηλά στην agenda των marketers γιατί... είναι στην κορυφή της ατζέντας των ανθρώπων. Οι περισσότεροι έχουμε χιλιόμετρα να διανύσουμε για να φέρουμε πραγματική αλλαγή, συμβάλλοντας σε ένα βιώσιμο μέλλον για όλους. Δόκιμο είναι να ανοίξουμε θέση στο τραπέζι μας για τους ειδικούς. Για να μάθουμε μαζί τους και να ενεργοποιηθούμε ολοκληρωμένα και υπεύθυνα για τα καλό όλων.

Ισχυρισμοί βιωσιμότητας χωρίς αποδείξεις είναι... πολύ δύσκολο να «πιστούν» με γυμνό μάτι. Ολοκληρώνοντας πρόσφατα το online πρόγραμμα Good Advertising, συνειδητοποιήσα την ανάγκη να αναπτύξουμε τη δεξιότητα sustainability lead. Αξίζει να μπούμε σε αυτόν τον δρόμο ως ικανοί marketers και υπεύθυνοι πολίτες.

Η συμπερίληψη είναι για τις εταιρείες και τα brands... μονόδρομος. Και μπορεί να αποτελέσει ένα πεδίο καινοτομίας: βρίσκοντας νέα κοινά, φέρνοντας στο προσκήνιο σημαντικά θέματα για την ανθρωπότητα, συμβάλλοντας στη δημιουργία μιας κοινωνίας ίσων ευκαιριών.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... «If you're always trying to be normal, you will never know how amazing you can be». Πάει αντίθετα από τη φράση «έτσι γίνονται τα πράγματα εδώ». Τα αποτελέσματα δεν είναι αποκλειστικά θετικά. Η εμπειρία αξίζει πάντα.

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



ADVERTISING

Στα σκαριά λανσάρισμα της PHD στην ελληνική αγορά

Η Tempo OMD γιόρτασε τα 30 της χρόνια σε μια λαμπερή εκδήλωση στις 06/03 στο Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, παρουσία πλήθους στελεχών της αγοράς και εκπροσώπων θεσμικών φορέων. Ο Νίκος Σύμπουρας, CEO, και Σάββας Νικολάου, COO & CFO της Tempo OMD, χαρακτήρισαν τη συγκεκριμένη ημέρα ως «*μια μέρα που κοιτάει προς το μέλλον*», έκαναν μια μικρή αναδρομή στην ιστορία της εταιρείας, αναφέρθηκαν στις αρχές που τη διέπουν όλα αυτά τα χρόνια, αλλά και στους «φάρους» που την οδηγούν μπροστά (Building Trust, Client Centricity, Innovation), ενώ δεν παρέλειψαν να ευχαριστήσουν αρκετές φορές όλους τους ανθρώπους της Tempo OMD, «*το πιο σημαντικό κεφάλαιο της εταιρείας*». Στην εκδήλωση βρέθηκαν και διεθνή στελέχη του ομίλου, με τον Guy Marks, CEO EMEA του Omnicom Media Group, να ανακοινώνει στο κοινό το λανσάρισμα του agency brand PHD στην ελληνική αγορά μέσα στο επόμενο τρίμηνο. Χαιρετισμό απύθυναν και ο Peter Poelzlbauer, CFO EMEA & Asia Pacific Omnicom Media Group, και ο Πρόεδρος ΔΣ της Tempo OMD Μανόλης Παπαπολύζος. Ιδιαίτερη στιγμή της βραδιάς ήταν η προβολή βίντεο με δηλώσεις και ευχές εκπροσώπων των ΣΔΕ, ΕΔΕΕ, ΙΑΒ Hellas, ΣΕΔΕΑ, των προηγούμενων CEOs της εταιρείας Χαράς Ζλατάνη και Τάσου Μιχαλάκη, καθώς και του Blake Cuthbert, CEO OMD EMEA. Επίσης, ο Stuart Morris, Agency Partner OMD EMEA, πραγματοποίησε ομιλία με τίτλο «*Establishing a new equation for future success*», και οι Κώστας Μάντζιαρης & Γιώργος Βαρέλογλου, Co-Founders της Rebornn, έκαναν παρουσίαση με τίτλο «*Marketers should be changing faster than Marketing*».

DIGITAL MEDIA

Η DPG Digital Media Group ενισχύει το Εμπορικό της Τμήμα

Η DPG Digital Media Group προχωρά στην ένταξη δύο νέων στελεχών με πολυετή εμπειρία στον χώρο του έντυπου και ηλεκτρονικού Τύπου, της Χριστίνας Γιαννοπούλου και της Δήμητρας Πετράτου, οι οποίες αναλαμβάνουν τη θέση των Key Account Managers. Η Χριστίνα Γιαννοπούλου έχει εργαστεί σε αντίστοιχες θέσεις ευθύνης σε εκδοτικούς ομίλους, όπως ο όμιλος Αττικών Εκδόσεων, η Lifo και η Imako Media και η Δήμητρα Πετράτου, αντίστοιχα, σε ομίλους όπως Liquid Media, Koolworks και όμιλος Λαμπράκη, με εμπειρία στη διοργάνωση σημαντικών fashion events, όπως το Haute Grecians. Παράλληλα, η Σταυρούλα Δριτσέλη, στέλεχος με σημαντική διαδρομή στον χώρο των Media, η οποία εντάχθηκε στο δυναμικό της DPG Digital Media Group το 2015, αναβαθμίζεται σε Group Account Director. «*Η εν λόγω αναδιοργάνωση έχει ως στόχο να ενισχύσει περαιτέρω το Εμπορικό τμήμα της DPG Digital Media Group, με στόχο την παροχή υψηλού επιπέδου καινοτόμων και δημιουργικών υπηρεσιών προς τους πελάτες και διαφημιζόμενους*», αναφέρει η σχετική ανακοίνωση της εταιρείας.