



Marketing... Rules!

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

Βικέν Παπαζιάν,
Brand Director Baby Care,
P@G South-East Europe

Κινητήριος μοχλός

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2023 είναι... να συνεχίσουν να καινοτομούν, να βελτιώνουν τη σχέση αξίας – απόδοσης και να επενδύουν στην επικοινωνία, ενδυναμώνοντας τη σχέση με τους καταναλωτές τους.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος (...αλλά και του σήμερα) είναι... η δίψα για συνεχή εκπαίδευση σε έναν κόσμο που συνεχώς αλλάζει και απαιτεί νέες δεξιότητες, η αφοσίωση στην κατανόηση των αναγκών των καταναλωτών που υπηρετούμε και της κοινωνίας στην οποία ενεργούμε, ευελιξία & διάθεση πειραματισμού, θάρρος για λελογισμένα ρίσκα και ικανότητα εκμάθησης από τα λάθη μας, για να γινόμαστε καλύτεροι.

Η δημιουργικότητα είναι σε κρίση παγκοσμίως γιατί...

συχνά επικρατεί ο πειρασμός της εστίασης στο εύκολο μετρήσιμο βραχυπρόθεσμο αποτέλεσμα. Χρειαζόμαστε γενναίους marketers που θα αναπτύξουν και θα στηρίξουν δυνατές ιδέες που θα προσδώσουν μακροπρόθεσμα σημαντική προστιθέμενη αξία, χτίζοντας ισχυρά και ευδιάκριτα brands.

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... να επενδύσουμε σε δημιουργικές & καινοτόμες ιδέες που μπορούν να αγγίξουν την καρδιά και το μυαλό των καταναλωτών, προσφέροντας λύσεις σε ανάγκες, προϊοντικές και συναισθηματικές. Παράλληλα πρέπει διαφημιζόμενοι και Μέσα να προστατεύσουμε το διαφημιστικό προϊόν, περιορίζοντας την υπερέκθεση των καταναλωτών στις διαφημίσεις, κάτι που συχνά γίνεται με τρόπο αλόγιστο κι ενοχλητικό, ζημιώνοντας τον κλάδο μας.

Η δημιουργικότητα είναι η υπερδύναμη του marketing γιατί... μόνο με ενδιαφέρουσες και χρήσιμες ιστορίες μπορούν τα brands να συνδεθούν αποτελεσματικά με τους καταναλωτές σε μια περίοδο όπου το attention span μειώνεται συνεχώς λόγω της υπερπληθώρας των ερεθισμάτων στα οποία εκτίθεται κάποιος καθημερινά.

Το marketing έχει τη δύναμη να... είναι κινητήριος μοχλός επιχειρηματικής ανάπτυξης αλλά και φορέας θετικών κοινωνικών αλλαγών. Να ευαισθητοποιήσει, να κινητοποιήσει, να αλλάξει συνήθειες, στερεότυπα και προκαταλήψεις σε τομείς όπως η ισότητα, η διαφορετικότητα, τα ανθρώπινα δικαιώματα αλλά και η υπεύθυνη καταναλωση.

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



ADVERTISING

Η Hearts & Science στην Ελλάδα από την BGM OMD

Η Hearts & Science, το νεότερο δίκτυο Media Marketing της Omnicom, έρχεται στην Ελλάδα από την BGM OMD. Όπως υποδηλώνει το όνομα της, η Hearts & Science συνδυάζει το συναίσθημα με την επιστήμη, επαναπροσδιορίζοντας τα Media, με στόχο τη δημιουργία συναισθηματικής σύνδεσης με τα brands, σε μεγάλη κλίμακα. Ο Διευθύνων Σύμβουλος της BGM OMD, Στέλιος Σπυρίδης δήλωσε: «Καλωσορίζουμε στον όμιλό μας στην Ελλάδα τη Hearts & Science. Αποτελεί ιδιαίτερη τιμή και χαρά που η Omnicom αναγνωρίζει την αναλυτική σκέψη και τη βαθιά μας τεχνογνωσία και μας εμπιστεύεται τη Hearts & Science. Η Hearts & Science είναι ότι πιο σύγχρονο στον χώρο του media marketing. Έρχεται σαν "Agent of Change" και επενδύει στο μέλλον των Media με τεχνογνωσία σχεδιασμένη να αξιοποιεί τη συναισθηματική σχέση των καταναλωτών με τα brands, σε μια εποχή τεκτονικών αλλαγών, στο συνεχώς διογκούμενο και μεταλλασσόμενο οικοσύστημα των Media. Στο επόμενο διάστημα θα έχουμε πολύ ενδιαφέροντα πράγματα να μοιραστούμε και να συζητήσουμε με τους πελάτες και τους συνεργάτες μας».

DIGITAL MARKETING

Η DOPE νικήτρια στο spec της Lamda Development

Νικήτρια αναδείχθηκε η DOPE στο spec που διενήργησε η Lamda Development για την ανάθεση του λογαριασμού για τη στρατηγική, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση του επερχόμενου website της. Ήδη έχουν ολοκληρωθεί τα stakeholder interviews και τα workshops. Ο ιδρυτής και Διευθύνων Σύμβουλος της διαφημιστικής Γιάννης Πιπεράκης-Παπαδάκης δήλωσε: «Η DOPE σήμερα είναι μόλις 6 χρονών και έχει καταφέρει να χτίσει μια ομάδα 50+ ανθρώπων με ξεχωριστά ταλέντα, digital γνώσεις και ένα επίπεδο digital υπηρεσιών, που εμπνέουν εμπιστοσύνη και σιγουριά σε τόσο σημαντικούς και δυναμικούς οργανισμούς όπως η Lamda Development. Είναι τιμή μας και έχουμε ξεκινήσει τη συνεργασία με εξαιρετικό ενθουσιασμό στοχεύοντας σε ένα πραγματικά ξεχωριστό αποτέλεσμα. Stay tuned».

ADVERTISING

LG CTV ads: Media-first καμπάνια από Acrossmedia241 & Starcom

Οι νέες δυνατότητες διαφήμισης μέσω big screens - που παρέχουν οι Smart TVs - με πολλαπλά premium ad formats & placements και εξελιγμένα targeting data & audiences είναι πλέον διαθέσιμες και στην Ελλάδα μέσω της υπηρεσίας LG CTV ads. Αξιοποιώντας τα LG CTV ads, η Acrossmedia241 και η Starcom σχεδίασαν και υλοποιούν ειδικό πρόγραμμα στοχευμένης, native LG τηλεοπτικής προβολής - για πρώτη φορά στην Ελλάδα. Οι σχετικές διαφημίσεις προβλήθηκαν σε μια hybrid καμπάνια, η οποία υλοποιήθηκε από την Acrossmedia241.