



Marketing... Rules!

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

Πάρις Χρανιώτης,
Marketing & Communication Leader, Ikea

Το απρόβλεπτο

Αυτό που αναμένεται να αλλάξει τον τρόπο δουλειάς μου το 2023 είναι... το απρόβλεπτο. Αυτό που μάθαμε να δουλεύουμε μαζί του τα τελευταία χρόνια και μας έκανε ακόμα πιο problem solvers και ακόμα πιο alert σε ό,τι νέο προκύπτει. Σίγουρα δεν μπορούμε να τα προβλέψουμε όλα, έγινε σαφές αυτό μετά την κρίση, την πανδημία, τον πόλεμο και όλα αυτά που μας βρήκαν μαγκωμένους μεν, αλλά ταυτόχρονα αποφασισμένους ότι η προσαρμοστικότητα θα είναι το main skill μας και θα μας ξεχωρίσει.

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... η ευκολία και η προσβασιμότητα. Μας ζητούν να είμαστε γρήγοροι στα αντανακλαστικά μας αλλά κι εύκολοι στις πρακτικές μας. Απλουστευμένες συναλλαγές με όλους τους τρόπους και τις υπηρεσίες που θα κάνουν την εμπειρία ολοκληρωμένη με σχεδόν... 3 κλικ!

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... η αυτοαναφορικότητα των brands να φτάνει μέχρι εκεί που εξυπηρετεί τις ανάγκες αναγνώρισης. Όλα τα υπόλοιπα πρέπει να αφορούν στον καταναλωτή. Τι πραγματικά θέλει και τι πραγματικά τον ενδιαφέρει. Αν η διαφήμισή μας είναι λόγος και τρόπος σκέψης, τότε το πρώτο επίπεδο, πέρασε.

Καλό brief σημαίνει... καλό αποτέλεσμα. Ουσιαστικά αναφέρομαι στη διαδικασία εκείνη με την οποία εμείς -τα brands- επικοινωνούμε αυτό που σκεφτόμαστε με τρόπο όχι περιοριστικό αλλά εμπνευστικό. Άρα μάλλον θα πρέπει να αναθεωρήσω. Καλό brief σημαίνει έμπνευση. Προσωπικά, όταν συντάσσω ένα brief σκέφτομαι λίγο ανάποδα. Αν το διάβαζα και δεν ήξερα πώς, από πού και προς τι, τι θα καταλάβαινα; Η απλούστευση λοιπόν που δεν χάνει πληροφορία αλλά ενισχύει τη δημιουργικότητα.

Η τηλεόραση την επόμενη δεκαετία θα... είναι σε φάση μεταβατική. Σήμερα ασθενεί. Και σαν ασθενής, θέλει προσοχή. Τόσο από μεριάς περιεχομένου όσο και από μεριάς διαφήμισης. Η επικοινωνία σήμερα είναι πολυκαναλική, άρα σεβόμαστε κι επικοινωνούμε τα μηνύματά μας σε όλα τα κανάλια αναγνωρίζοντας σε ποιον/ποια λέμε τι.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... «Believe you can and you're halfway there». Δεν είναι μόνο ότι το είπε ο Theodore Roosevelt, είναι ότι πιστεύοντας σε κάτι, ακόμα κι αν δεν φτάσεις, η διαδρομή μέχρι εκεί που μπόρεσες είναι αυτή που μένει με χαμόγελο. :)

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



ADVERTISING

ΕΔΕΕ: Επανεξελέγη Πρόεδρος ο Μανόλης Παπαπολύζος

Την Ετήσια Τακτική Γενική της Συνέλευση πραγματοποίησε την Πέμπτη 15 Ιουνίου η Ένωση Εταιριών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδος (ΕΔΕΕ) στο Ξενοδοχείο Semiramis, κατά την οποία υλοποιήθηκαν και διαδικασίες εκλογής Προέδρου & Διοικητικού Συμβουλίου, εκλογής Μελών των Διοικουσών Επιτροπών των Τομέων της ΕΔΕΕ και εκλογής Μελών Ελεγκτικής Επιτροπής της Ένωσης. Στη θέση του Προέδρου της ΕΔΕΕ, σύμφωνα με πληροφορίες, επανεξελέγη ο Μανόλης Παπαπολύζος, με σχεδόν καθολική βούληση του σώματος. Οι Διοικούσες Επιτροπές ανά τομέα απαρτίζονται από τους: Τομέας Διαφήμισης - Μανόλης Παπαπολύζος (DDB), Χριστίνα Χοχλακίδου (FCBGroup), Σάκης Μελισσάρης (Frank & Fame), Θεοδωρής Περγιδάκης (Attp), Έφη Καρακίτσου (Magnet), Τομέας Δημοσίων Σχέσεων - Δημήτρης Ρούλιας (Out of the Box), Ελένη Σουράνη (Socialdo), Γιώργος Λιμπέρης (Palladian Communications Specialists), Βασίλης Δασκαλόπουλος (Valuecom), Τομέας IMC (Integrated Marketing Communications) - Χρήστος Δαμαλάς (MSPS), Κώστας Θεοτοκάς (Atcom), Ελιάννα Τζοβαίρη (Cambo Agency), Γεράσιμος Κατεβάτης (Forestview), Τομέας Media Specialists - Νίκος Σύμπουρας (Tempo OMD Hellas), Πέτρος Καραχάλιος (Dentsu Aegis Network Hellas), Τριαντάφυλλος Μαντάνης (Universal Media), Πέτρος Μπελεσάκος (MediaCom), Τομέας Branding & Design - Γιώργος Καραγιάννης (2Yolk), Χρήστος Χέλμης (Colibri), Χρύσα Κροκίδα (Garamond), Βαγγέλης Λιάκος (Beetroot).

DIGITAL MARKETING

New business για την Action Global Communications

Η Πρώτον ΑΕ επέλεξε την Action Global Communications για την παρουσία της στο LinkedIn και την ανάπτυξη ενός ολοκληρωμένου προφίλ στην πλατφόρμα. Η νέα συνεργασία αποτελεί την αφετηρία για την ανάπτυξη και την ενίσχυση της εικόνας της Πρώτον ΑΕ στους κλάδους της ιατρικής και της ασφάλειας. Η Action Global θα επικεντρωθεί στη διαμόρφωση και ανάπτυξη στρατηγικών ψηφιακής επικοινωνίας, στη δημιουργία ποιοτικού περιεχομένου και στη διαχείριση των διαδικτυακών κοινοτήτων.

DIGITAL MARKETING

Νέα συνεργασία για τη Meteorites Creative Space

Στη Meteorites Creative Space ανέθεσε το Douleutaras τη νέα digital καμπάνια του με τίτλο «Το σπίτι βρήκε τον μάστορά του». Τον τρόπο με τον οποίο το κινητό μπορεί να γίνει εργαλείο για όλες τις δουλειές του σπιτιού δείχνει στο κοινό η νέα επικοινωνία. Την παραγωγή του spot ανέλαβε η Filmmakers Hub, σε σκηνοθεσία του Ηλία Παπαϊωάννου. Πέρα από την Ελλάδα, η καμπάνια θα «τρέξει» και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως Πορτογαλία, Ιρλανδία και Κύπρος, σε κάποιες από αυτές και τηλεοπτικά.