

ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΟΛΟ ΚΑΙ ΠΙΟ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ

Διαφορετικότητα και συμπερίληψη αλλάζουν το σύγχρονο marketing στην Αμερική

Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται την αξία της συμπερίληψης και προσπαθούν να την εντάξουν στην κουλτούρα τους, αλλάζοντας σταδιακά το εργασιακό τοπίο. Καθημερινό αγώνα προς αυτή την κατεύθυνση δίνουν οι εταιρείες διαφήμισης και marketing, καθώς είναι γνωστό πως η ύπαρξη διαφορετικότητας στο δημιουργικό προϊόν ενισχύει τη φήμη του brand, την αφοσίωση των καταναλωτών και κατ'επέκταση την κερδοφορία. Και ενώ ο κλάδος της διαφήμισης φαίνεται πως εξαντλεί τη διαφορετικότητα στην αναλογία των γυναικών που εργάζονται σε κάθε εταιρεία, γίνονται διαρκείς προσπάθειες, όπως αποκαλύπτουν και οι 2 **DEI CENSUS**, να εκπροσωπείται η διαφορετικότητα τόσο από τις ομάδες εσωτερικά όσο και από τους συνεργάτες και το τελικό προϊόν. Παρόλο που φαίνεται πως υπάρχουν πολλά ακόμη να γίνουν, είναι ωστόσο σαφής η πρόθεση των κλάδων και γίνονται βήματα για να προωθηθεί η ένταξη της διαφορετικότητας σε ένα ευρύτερο επίπεδο.

Στις ΗΠΑ διαφήμιση και marketing στηρίζουν τη διαφορετικότητα

Του λόγου το ασφαλές αποδεικνύει έρευνα της **Ένωσης Εθνικών Διαφημιστών (Association of National Advertisers-ANA)** και της Συμμαχίας για Περιεκτικό και Πολυπολιτισμικό Marketing (**Alliance for Inclusive and Multicultural Marketing -AIMM**), σύμφωνα με την οποία περισσότερες γυναίκες και άλλες ιστορικά υποεκπροσωπούμενες ομάδες κατέχουν ηγετικές θέσεις στις ομάδες marketing. Άλλωστε και ο κόσμος μας αλλάζει καθημερινά με ταχύτητα. Οι θετικές απόψεις των καταναλωτών για τη διαφορετικότητα και την ισότιμη ένταξη αυξάνονται διαρκώς -ειδικά μεταξύ των νεότερων γενεών- καθώς όπως αναφέρει η παραπάνω

έρευνα, το 77% των Millennials είναι πιο πιθανό να προτιμήσουν brands που στηρίζουν αυτές τις έννοιες. Και καθώς ο κόσμος μας γίνεται όλο και πιο συνδεδεμένος μέσω διαδικτύου και τα brands αναζητούν νέες αγορές και στο εξωτερικό, η ανάγκη για ποικιλομορφία σε αυτό το διαρκώς εξελισσόμενο τοπίο είναι μεγαλύτερη από ποτέ.

Συμπεριληπτικό marketing και κοινωνικά ζητήματα

Σε έναν κόσμο που αλλάζει με ταχύτητα, οι καταναλωτές περιμένουν από τα brands να εντάξουν στην κουλτούρα τους τόσο τη διαφορετικότητα όσο και την ίση εκπροσώπηση. Έρευνα από την **Piphsay** διαπίστωσε πως το 70% των Αμερικανών αναμένει από τα brands να λαμβάνουν θέση αναφορικά με κοινωνικά ζητήματα. Ωστόσο, παρόλο που στην ίδια έρευνα αποδείχθηκε πως το 49% των ερωτηθέντων αντιμετώπισαν θετικά κάποια brands με έντονη κοινωνική χροιά, μόνο το 31% των καταναλωτών δήλωσε πως πιστεύει πως τα brands μπορούν όντως να φέρουν την αλλαγή με τη στάση τους, ενώ ποσοστό 17% τόνισε πως δεν πιστεύει σε αυτού τους είδους τις ενέργειες μέσω των brands.

Ποια είναι τα οφέλη από μια συμπεριληπτική στρατηγική;

Σε κάθε περίπτωση, οι περισσότεροι συμφωνούν πλέον πως το διαφορετικό και συμπεριληπτικό marketing είναι και αυτό που θα αποτελέσει προϋπόθεση για επιτυχημένη διεξόδυση σε νέες αγορές. Αν σε μια επιχείρηση, η ομάδα στελεχών του τμήματος marketing απαρτίζεται από εργαζόμενους με διαφορετικές γνώσεις και διαφορετικό υπόβαθρο, τότε θα μπορεί ενδεχομένως να είναι και πιο αποτελεσματική στο να αλληλεπιδράσει καλύτερα από μια ομοιογενή ομάδα χωρίς ουσιαστικές διαφορές. Η υιοθέτηση της



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

διαφορετικότητας και της ίσης εκπροσώπησης στις καμπάνιες του marketing μπορεί να αυξήσει την κερδοφορία των επιχειρήσεων, βελτιώνοντας ταυτόχρονα την εικόνα του brand στα μάτια των υφιστάμενων πελατών του. Παράλληλα, η ύπαρξη ετερόκλητων ομάδων marketing μπορεί να προσελκύσει περισσότερα ταλέντα, καθώς έχει αποδειχθεί πως οι νεότεροι εργαζόμενοι -και κυρίως οι Millennials- επιθυμούν να εργάζονται σε επιχειρήσεις με κουλτούρα απαλλαγμένη από αποκλεισμούς. Είναι επομένως απαραίτητο οι επικεφαλής των ομάδων marketing να επαναξιολογήσουν τις υπάρχουσες στρατηγικές τους και να προβούν στις απαραίτητες αλλαγές, ώστε να ευθυγραμμιστούν με τους στόχους εκπροσώπησης. Θα πρέπει να αναρωτηθούν: Βρίσκεται η ποικιλομορφία, η ισότητα και η ένταξη στο επίκεντρο της ομάδας μου; Αν όχι, θα πρέπει να προβούν άμεσα σε αλλαγές. Παράλληλα, και στον ψηφιακό κόσμο, το marketing θα πρέπει να είναι προσβάσιμο και σε όλους ανεξαρτήτως τους καταναλωτές ώστε κανείς να μη νιώθει -αλλά και να μην είναι- αποκλεισμένος. Η διαφορετικότητα και η ισότιμη ένταξη στον κλάδο του marketing και της επικοινωνίας αποτελούν πυλώνα του **Better Marketing** για το οποίο εργάζεται καθημερινά ο **ΣΔΕ**, γι' αυτό και βρίσκονται από το 2020 στην κορυφή της ατζέντας του. Πιο πρόσφατη ενέργεια ήταν η συμμετοχή στην **Global DEI Census 2023** της **WFA**, όπου η Ελλάδα κατέκτησε την 5η θέση σε απόλυτο αριθμό συμμετοχών μεταξύ 34 αγορών. Η έρευνα κατέγραψε διεθνώς υψηλά ποσοστά αναγνώρισης των προσπαθειών του κλάδου, όχι όμως ιδιαίτερη βελτίωση στα θέματα συμπερίληψης. Βρείτε τα πρώτα διεθνή ευρήματα της έρευνας [εδώ](#) (report) κι [εδώ](#) (video).