

# MarketingWeek

## News & Views



### Marketing... Rules!

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

Νίκη Πολυχρονάκη,  
Head Digital Presence & Communications,  
National Bank of Greece

## Έγκαιρη προσαρμογή

**Ο**ι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2023 είναι...

- ▶ Η δημιουργία νέων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων (USPs), αλλά και η ενίσχυση των υπάρχόντων, με την αξιοποίηση της Τεχνητής Νοημοσύνης.
- ▶ Η εφαρμογή personalization strategies, που αποτελεί πλέον σημαντική και καθοριστική συνθήκη για ένα brand.
- ▶ Η έγκαιρη ανταπόκριση και προσαρμογή σε εξωτερικούς παράγοντες όπως ο πληθωρισμός, η άνοδος των επιτοκίων και η γεωπολιτική αστάθεια που επηρεάζουν σημαντικά τις συμπεριφορές των καταναλωτών.

**Το μοντέλο συνεργασίας clients-agencies αλλάζει επειδή...** ολόένα και περισσότερες εταιρείες δημιουργούν ομάδες εσωτερικά, καλύπτοντας υπηρεσίες που παραδοσιακά παρείχαν τα agencies. Είναι σημαντικό πλέον τα agencies να αναγνωρίζουν τις νέες ανάγκες και να προσαρμόζουν τις υπηρεσίες τους σε αυτές.

**Η δημιουργικότητα είναι η υπερδύναμη του marketing γιατί...** αποτελεί τη μαγεία της δουλειάς μας. Είναι αυτό που μας κινητοποιεί ως marketers και μας θυμίζει τη δύναμη μίας απλής και δημιουργικής ιδέας. Γιατί μία ιδέα μπορεί να ξεχωρίσει, να δημιουργήσει connections, μηνύες και συναισθήματα γύρω από ένα brand.

**Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά σήμερα τα media είναι...** ότι το path-to-purchase δεν είναι γραμμικό και οι καταναλωτές έχουν πρόσβαση σε πολλαπλά κανάλια, πλατφόρμες και πηγές πληροφοριών, που επηρεάζουν τις αποφάσεις τους. Η πρόκληση για τους ειδικούς είναι να μετρήσουν, αλλά και να κατανοήσουν πώς αλληλεπιδρούν τα μέσα αυτά και να βρουν τρόπους να τα χρησιμοποιήσουν προς όφελος των brands.

**Η τηλεόραση την επόμενη δεκαετία θα είναι...** σημαντική για το media mix πολλών διαφημιζόμενων και: ψηφιακή, personalized, on demand, συνδρομητική ή δωρεάν, με programmatic ads.

**Εν' όψη της κατάργησης των 3rd-party cookies οι marketers πρέπει...** να επενδύσουν σε υποδομές για τη συλλογή και, πολύ σημαντικά, για την κατάλληλη αξιοποίηση των δικών τους 1st-party data, που είναι και τα πιο πολύτιμα.

**Η «συνταγή» για επιτυχημένο Influencer Marketing είναι...** να γνωρίζουν οι διαφημιζόμενοι τι επιδιώκουν από τη συνεργασία και να μπορούν να μετρήσουν την επίδρασή της. Το πιο σημαντικό είναι να κάνουν την κατάλληλη επιλογή influencer για το brand τους.

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



### ADVERTISING

## Η Solid Havas νικήτρια στο spec της Klinex

**Νικήτρια στο spec** της Ελαΐς-Unilever που αφορά τη νέα masterbrand επικοινωνία της Klinex για το 2023 αναδείχτηκε η Solid Havas. Η Solid Havas ανέλαβε τον στρατηγικό σχεδιασμό και την αποτύπωση της δημιουργικής πλατφόρμας που θα εκφράζει τη μάρκα ως ένα οικοσύστημα λύσεων και φροντίδας για κάθε σπίτι. Η Klinex, brand καθαριότητας και απολύμανσης με περισσότερα από 70 χρόνια στην Ελλάδα, διαθέτει ένα ευρύ κοινωνικό αποτύπωμα το οποίο αφορά στη θωράκιση της υγιεινής των σχολείων της Ελλάδας μέσα από το πρόγραμμα εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης «Καθαροί Ζούμε στο Σχολείο». Η πρωτοβουλία αφορά σε δωρεά προϊόντων Klinex σε περισσότερα από 1.400 σχολεία, ενώ περιλαμβάνει και σχολικό πρόγραμμα, το οποίο πραγματοποιείται σε δημοτικά σχολεία όλης της χώρας. Η πρωτοβουλία «Καθαροί Ζούμε στο Σχολείο» της Klinex διεξάγεται για 7η συνεχή χρονιά με την επιμέλεια της Solid Havas PR.

### MARKETING

## Η Enzyme σε νέες συνεργασίες

**Η Enzyme ένωσε** τις δυνάμεις της με την BeSpectacular για την επικοινωνία του brand Hultafors. Σε αυτό το πλαίσιο, οι δύο εταιρείες δημιούργησαν μια προωθητική ενέργεια που συνδυάζει ένα roadshow σε όλη την Ελλάδα με instore παρουσία στα καταστήματα, επίδειξη της λειτουργικότητας των εργαλείων, διαγωνισμούς για επαγγελματίες και social media posts. Επιπλέον, η Enzyme αναλαμβάνει την marketing επικοινωνία της Konecranes Hellas, της ελληνικής θυγατρικής που λειτουργεί ως Management Hub της Konecranes στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Η Enzyme δημιουργεί και υλοποιεί ένα στρατηγικό επικοινωνιακό πρόγραμμα που ταυτίζεται με τις προϊόντικές προτεραιότητες της εταιρείας στις χώρες Ελλάδα, Κύπρο, Βουλγαρία και Αλβανία.

### PUBLIC RELATIONS

## Στην Perception ανέθεσε η Roche Hellas

**Συνεργασία με την Perception** έχει ξεκινήσει σύμφωνα με πληροφορίες η Roche Hellas, για την υποστήριξη θεμάτων γραφείου Τύπου και επικοινωνίας. Η συνεργασία προέκυψε κατόπιν διαδικασίας σχετικού spec.

### ADVERTISING

## Σε διαδικασία spec η Nova

**Spec για την ανάθεση** του δημιουργικού διαφημιστικού λογαριασμού της διενεργεί αυτή την περίοδο η Nova, σύμφωνα με πληροφορίες του DailyFax. Η Nova είναι μέλος του United Group και είναι ο πάροχος που προέρχεται από την εννοποίηση της Nova με την Wind. Προσφέρει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών με 5 εκατομμύρια χρήστες κινητής, σταθερής, internet και συνδρομητικής τηλεόρασης.