



Marketing... Rules!

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

Μαργαρίτα Στεργίου,
Υπεύθυνη Εταιρικών Υποθέσεων @ Επικοινωνίας
Νοτιοανατολικής Ευρώπης, Upfield Hellas

Με ξεκάθαρους στόχους

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... το κόστος ζωής και η εξοικονόμηση χρημάτων, προκαλώντας σημαντικές αλλαγές στην αγοραστική του συμπεριφορά. Ιδιαίτερη σημασία έχει και το αυξανόμενο ποσοστό των καταναλωτών που ενδιαφέρονται για τον αντίκτυπο των αγορών τους στην κοινωνία, το κλίμα και τον πλανήτη, αλλά και για το τι ωφελεί την υγεία τους.

Το marketing μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στο θέμα της βιωσιμότητας γιατί... μπορεί να ευαισθητοποιήσει για διάφορες πτυχές της βιωσιμότητας (όπως για το αποτύπωμα στην κοινωνία ή το περιβάλλον), στοχεύοντας το κοινό στο οποίο απευθύνεται κάθε φορά με το κατάλληλο μήνυμα, ώστε να είναι αποτελεσματική η επικοινωνία και να πειθεί για τη σημασία που όλοι πρέπει να δίνουμε στο θέμα της βιωσιμότητας.

Ισχυρισμοί βιωσιμότητας χωρίς αποδείξεις είναι... επικίνδυνοι για τη φήμη της μάρκας και της εταιρείας που τους χρησιμοποιεί -και όχι μόνο, καθώς επηρεάζουν αρνητικά τη γνώμη του καταναλωτή ως προς την αξιοπιστία της διαφήμισης και των εταιρειών συνολικά.

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... να νιώθουν ότι τους σέβεται, ότι απαντά στις σημερινές τους ανάγκες, χωρίς υπερβολικές επαναλήψεις.

Η «συνταγή» για επιτυχημένο Influencer Marketing είναι... να υπάρχουν σαφείς στόχοι για το αποτέλεσμα που θέλουμε να επιτύχουμε, ώστε να γίνει επιλογή των κατάλληλων influencers. Ακόμα, να χτιστεί μια καλή σχέση μαζί τους και να λάβουν το σωστό brief, ώστε, το περιεχόμενο που θα δημιουργήσουν να «δένει» με το προφίλ τους, να είναι αυθεντικό και ενδιαφέρον για το κοινό τους και να εκπληρώνει τα ζητούμενα.

Οι βασικοί πυλώνες μίας επιτυχημένης PR καμπάνιας είναι... να έχει ξεκάθαρους στόχους και προσδιορισμένο κοινό-στόχο, καθορισμένο χρονοδιάγραμμα και πλάνο εκτέλεσης ανάλογα με τις ανάγκες και το διαθέσιμο budget και να μετρηθεί η αποτελεσματικότητά της. Φυσικά, θα πρέπει να είναι αυθεντική, καινοτόμα, ευθυγραμμισμένη με τις αξίες της μάρκας/εταιρείας και να προκαλεί το ενδιαφέρον, ώστε να μοιραστεί το μήνυμα. Σίγουρα δεν πρέπει να συγχέεται ως όρος με την εκάστοτε marketing καμπάνια, καθώς στόχος μιας PR καμπάνιας είναι η διαμόρφωση της δημόσιας αντίληψης και της κοινής γνώμης, και όχι απαραίτητα οι άμεσες πωλήσεις.

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



ADVERTISING

Ο όμιλος Olympia επενδύει στη Slead

Ο όμιλος Olympia, μέσω του επενδυτικού βραχίονα PCP, προχωρά σε νέα επένδυση στον τομέα του Technology, Digital Marketing, Content & Data, στηρίζοντας το πλάνο ισχυρής και κερδοφόρας ανάπτυξης της Slead, ενός από τα μεγαλύτερα ανεξάρτητα tech & digital agencies στη Νοτιοανατολική Ευρώπη. Μέσα από τη στρατηγική επένδυση στη Slead, ο όμιλος Olympia διευρύνει σημαντικές συνέργειες για το σύνολο του οικοσυστήματος (B2B & B2C) και ενισχύει το πολυδιάστατο έργο της Slead, που προωθεί νέες τεχνολογίες και εργαλεία ψηφιοποίησης, για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Όπως επισημαίνει η ανακοίνωση, με τη στήριξη του ομίλου Olympia, «η Slead θα συνεχίσει να αναπτύσσει την ταλαντούχα ομάδα των στελεχών της και να προσφέρει καινοτόμες υπηρεσίες υψηλής ποιότητας», που περιλαμβάνουν ένα ευρύ φάσμα στους τομείς του digital marketing, του web development, της δημιουργίας περιεχομένου και της ανάλυσης δεδομένων.

DIGITAL MARKETING

Νέα συνεργασία για την Added Agency

Η Added Agency και η εταιρεία Ιωάννης Α. Δρίτσας AEBE προχώρησαν σε συνεργασία για τη διαχείριση της επικοινωνίας του brand Zirro MFG, με στόχο τη ανάπτυξη του μέσα από digital καμπάνιες και την ισχυροποίηση και διαφοροποίηση του brand ως «την ποιοτικότερη επιλογή στην κατηγορία του». Η εταιρεία Ιωάννης Α. Δρίτσας AEBE ιδρύθηκε το 1949 και δραστηριοποιείται στον χώρο των ειδών καπνιστού. Αξιοποιώντας τη στρατηγική επέκταση της Zirro σε νέα προϊόντα, η Ιωάννης Α. Δρίτσας AEBE λανσάρει στην ελληνική αγορά όλες τις νέες προϊόντικές γραμμές της Zirro. «Στόχος της συνεργασίας είναι να επικοινωνήσουμε δημιουργικά με εμπορική αποτελεσματικότητα για το brand Zirro MFG, ότι είναι μια ολοκληρωμένη εμπειρία που απαντά στις ανάγκες των καταναλωτών», αναφέρει ο ιδρυτής της Added Agency, Γιώργος Διπλός.

ADVERTISING

Νέα People & Culture Director στον όμιλο Wunderman Thompson-GroupM Greece

Τον ρόλο της People & Culture Director στις Wunderman Thompson-GroupM Greece ανέλαβε από τις 13 Νοεμβρίου η Σίσσυ Μελεμενλή. Έχοντας 23 χρόνια προϋπηρεσίας στον χώρο του HR και σπουδές Διοίκησης Επιχειρήσεων, η Σίσσυ Μελεμενλή θα αποτελέσει ενεργό μέλος της Διοικητικής ομάδας της Wunderman Thompson και της GroupM ενώ θα συμβάλει ουσιαστικά στη νέα εποχή της εταιρείας. Η πολυετής εμπειρία της σε μεγάλους οργανισμούς, όπως Wind Hellas, Philips Hellas, Shop & Trade and Sixty Hellas και Marks & Spencer Greece, την καθιστά ιδανική προσθήκη στο δυναμικό της Wunderman Thompson Greece, όπως επισημαίνει η εταιρεία.