



Marketing... Rules!

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

Γεωργία Λασιανίου
Διευθύντρια Εταιρικής Ευθύνης,
Helleniq Energy

«Be impactful»

Η βιωσιμότητα βρίσκεται πολύ ψηλά στην agenda των marketers γιατί... δεν αποτελεί μόνο θηκική υποχρέωση, αλλά επιτακτική ανάγκη. Οι επιχειρήσεις, η Πολιτεία, κάθε ένας από εμάς πρέπει να ενεργεί υπεύθυνα, να συμβάλλει, στο μέτρο που του αναλογεί, στην ορθολογική διαχείριση των φυσικών πόρων, στη μείωση των απορριμμάτων και τον περιορισμό των εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου. Οι marketers εργαζόμαστε για ένα καλύτερο μέλλον, προτάσσοντας τη βιωσιμότητα ως απάντηση στις προκλήσεις. Το οφείλουμε στις επόμενες γενεές.

Ισχυρισμοί βιωσιμότητας χωρίς αποδείξεις είναι... κενά λόγια. Η βιωσιμότητα δεν είναι μόνο θέμα ρητορικής ή επικοινωνίας. Απαιτεί διαφάνεια και μετρήσιμα αποτελέσματα. Οι επιχειρήσεις πρέπει να παρέχουν δεδομένα και αποδείξεις για τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και οικονομικές πρακτικές που ακολουθούν. Με αυτόν τον τρόπο δημιουργούνται σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ των καταναλωτών, της Πολιτείας και της αγοράς.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... διορατικότητα, προσαρμοστικότητα και εξοικείωση με τις νέες τάσεις και την τεχνολογία. Ένας marketer, διαχρονικά, πρέπει όχι μόνο να προσαρμόζεται άμεσα στις αλλαγές, αλλά και να τις προβλέπει. Να πιάνει τον παλμό της αγοράς και της κοινωνίας ανά πάσα στιγμή και να ανταποκρίνεται με υπεύθυνο τρόπο.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... οι επιχειρήσεις αναγνωρίσουν ότι η αειφορία δεν αποτελεί απλά οδηγό για προγράμματα εταιρικής υπευθυνότητας, αλλά ότι στην ουσία πρόκειται για όχημα καινοτομίας και ανάπτυξης που ενισχύει την επιχειρηματικότητα και τη βιωσιμότητά τους. Αυτό φυσικά προϋποθέτει την ένταξη της αειφορίας στον πυρήνα της επιχειρηματικής στρατηγικής και κουλτούρας των οργανισμών.

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... μεταβαλλόμενες, όπως πάντοτε. Σταδιακά, βέβαια, βλέπουμε ότι αυξάνεται η σημασία των βιώσιμων πρακτικών, του περιβαλλοντικού αποτυπώματος μίας επιχείρησης, ενός προϊόντος, μιας υπηρεσίας στην τελική απόφαση του καταναλωτή. Οι αποφάσεις πλέον δεν βασίζονται μόνο στην προφανή σχέση ποιότητας-τιμής, αλλά στην εξίσωση μπαίνει και το αποτύπωμα που αφήνουν οι επιχειρήσεις στην κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... Be impactful.

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



ADVERTISING

Η IPG Mediabrands λανσάρει και στην Ελλάδα την Kinesso

Η IPG Mediabrands λανσάρει και στην Ελλάδα την Kinesso, το νέο tech-driven agency που δημιουργήθηκε από τη ενοποίηση 2 ισχυρών ονομάτων, των Reprise και Matterkind, του ομίλου IPG Mediabrands. Με τη Ντομινίκ Μίκαϊτς στον ρόλο της CEO και συγκεντρώνοντας τη συλλογική δύναμη των 2 units σε ένα digital agency, δημιουργείται μια νέα ομάδα ειδικών, η οποία έχει τη δυνατότητα να ενοποιεί τα data από το συνολικό marketing activation ενός brand, δίνονται δυναμικές απαντήσεις στις ανάγκες των πελατών, οι οποίες επαναπροσδιορίζονται συνέχεια, σε μια αγορά που βρίσκεται σε αδιάκοπη κίνηση και αλλαγή. Οι υπηρεσίες της Kinesso καλύπτουν το performance marketing, το consultancy, τη χρήση & ανάλυση data και την ανάπτυξη τεχνολογιών και στοχεύουν στο digital excellence μέσω προηγμένων λύσεων που περιλαμβάνουν search engines, platform intelligence, AI και audience development. «*Ενώσαμε τις δυνάμεις και τα ταλέντα μας από τη Matterkind και τη Reprise φτιάχνοντας ένα ενιαίο agency, το οποίο απογειώνει τη δυνατότητά μας για υψηλότερα standards απόδοσης για τους πελάτες μας. Η Kinesso δίνει προτεραιότητα στις αλλαγές που έρχονται στο μέλλον στο χώρο των Biddable Platforms και επενδύει στην τεχνολογία και την καινοτομία. Στόχος είναι τα "actions" να γίνονται "outcomes" εξασφαλίζοντας πρωτοπορία και ανάπτυξη για τους πελάτες μας*», δηλώνει η Ντομινίκ Μίκαϊτς, CEO Kinesso.

MARKETING

Ο ΟΤΕ με νέο Media Relations Lead

Στο δυναμικό του ομίλου ΟΤΕ εντάχθηκε ο Δημήτρης Χαζάπης, αναλαμβάνοντας τη θέση του Media Relations Lead. Έμπειρο στέλεχος της αγοράς επικοινωνίας, προέρχεται από τη Unilever, στην οποία κατείχε τον ρόλο του Communications Manager South East Europe από τον Ιούνιο του 2021. Μεταξύ άλλων, είχε συνεργαστεί και με τη Skrutz για περισσότερα από 8 χρόνια, με τελευταία του θέση αυτή του Communications Manager.

DIGITAL MARKETING

Συνεργασία ομίλου Βενέτη με Aboutnet

Η Aboutnet σύναψε συνεργασία με τον όμιλο των φούρνων Βενέτη για εξειδικευμένες υπηρεσίες digital marketing. Συγκεκριμένα, η Aboutnet, digital agency που δραστηριοποιείται στην αγορά από το 2000, ανακοίνωσε τη νέα της συνεργασία με τον όμιλο Βενέτη. Αυτή η συνεργασία θα ενισχύσει την παρουσία της Aboutnet στον κλάδο του digital marketing, προσφέροντας στον όμιλο πρωτοποριακές και προσαρμοσμένες υπηρεσίες, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητά του στην ψηφιακή αγορά. «*Με τη συγχώνευση των δυνάμεων τους, αναμένεται να προσφέρουν καινοτόμες λύσεις που θα αναδείξουν την κορυφαία τους θέση στον τομέα*», όπως επισημαίνει η ανακοίνωση.