

MarketingWeek

News & Views



Marketing... Rules!

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

Κωνσταντίνος Μουμούρης,
Director of Brand, Digital Marketing, Media and
Customer Experience, National Bank of Greece

Η αβεβαιότητα ως νέα κανονικότητα

Η βασική πρόκληση για brands και brand owners το 2024 είναι... η αντιμετώπιση ενός «κουρασμένου κοινού». Οι άνθρωποι βομβαρδίζονται από πληροφορίες και διαφημίσεις από διαφορετικά κανάλια (ιδίως από τα social media), οπότε, για να ξεχωρίσει ένα brand, απαιτούνται πρωτοποριακές προσεγγίσεις που θα αναδείξουν την αξία και την αυθεντικότητά του.

Αυτό που άλλαξε σημαντικά τον τρόπο δουλειάς μου τα τελευταία χρόνια είναι... η αποδοχή της αβεβαιότητας ως νέας κανονικότητας. Σε έναν κόσμο που διαφοροποιείται ραγδαία, όπου οι κοινωνικές αξίες αλλάζουν και οι αβεβαιότητες πληθαίνουν, καλούμαστε να δράσουμε υπερβαίνοντας τα παραδοσιακά όρια. Αυτό απαιτεί ένα μείγμα προσαρμοστικότητας, ανθεκτικότητας και τολμηρών αποφάσεων. Ζούμε πλέον στην εποχή του «permacrisis» και, αναπόφευκτα, θα πρέπει να μάθουμε να τα καταφέρνουμε μέσα στο άγνωστο και να αποδεχόμαστε την αλλαγή ως μια ευκαιρία αντί για μια απειλή.

Τα talέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... η ευελιξία, η δημιουργικότητα και η ικανότητα να αντιληφθεί τις αλλαγές στο περιβάλλον του. Η ταχεία προσαρμογή και η ικανότητα να αντιδρά κανείς με ευελιξία σε νέες τάσεις και τεχνολογίες, είναι κρίσιμες για επιτυχία.

Η δημιουργικότητα είναι... η υπερδύναμη του marketing γιατί είναι το «μαγικό» συστατικό που μετατρέπει την καθημερινότητα σε μια περιπέτεια. Όταν ξεφεύγουμε από τα συνηθισμένα και δημιουργούμε καμπάνιες που προκαλούν συναισθήματα και ανατροπές, τότε κερδίζουμε την προσοχή του κοινού.

Βλέπω το AI ως... σύμμαχο στην καινοτομία και την αποτελεσματικότητα του marketing. Η ικανότητα του AI να αναλύει μεγάλους όγκους δεδομένων και να προβλέπει τις τάσεις, μας βοηθάει να λάβουμε βέλτιστες αποφάσεις και να παράγουμε προσαρμοσμένες καμπάνιες.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... «Η αλλαγή δεν είναι μόνο αναγκαία, είναι αναπόφευκτη». Πιστεύω στη δύναμη της διαφορετικής σκέψης και της διαρκούς προσαρμογής. Κάθε πρόκληση αντιμετωπίζεται ως ευκαιρία για δημιουργία καινοτόμων λύσεων και κάθε εμπειρία αποτελεί μια ευκαιρία για μάθηση και ανάπτυξη. Στο τέλος της ημέρας, η επιτυχία προέρχεται από τη συνεχή προσπάθεια να γίνουμε καλύτεροι και να αφήσουμε τον κόσμο λίγο καλύτερο από ό,τι τον βρήκαμε.

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



PUBLIC RELATIONS

Νέα συνεργασία για την Communication Effect

Η Communication Effect ξεκινά συνεργασία με την πολυεθνική ελεγκτική και συμβουλευτική εταιρεία Mazars, μετά από κλειστό spec. Η Mazars είναι ένας διεθνής οργανισμός που ειδικεύεται στην παροχή ελεγκτικών, συμβουλευτικών και φορολογικών υπηρεσιών. Η Mazars επέλεξε την Communication Effect για τις ενέργειες επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων, καθώς και την εταιρική της φήμη. «Είμαστε ενθουσιασμένοι που επιλεκτήκαμε ως συνεργάτη δημοσίων σχέσεων για τη Mazars», ανέφερε η Μάγδα Πανουργιά, General Manager της Communication Effect. «Αυτή η συνεργασία είναι απόδειξη της αφοσίωσης, της δημιουργικότητας και της τεχνογνωσίας της ομάδας μας στη δημιουργία ολοκληρωμένων προγραμμάτων επικοινωνίας». Από την πλευρά του, ο Κωνσταντίνος Μακρής, Managing Partner της Mazars στην Ελλάδα, δήλωσε: «Επιλέξαμε την Communication Effect να αναπτύξει και να εκτελέσει καινοτόμες καμπάνιες δημοσίων σχέσεων που επικοινωνούν την βαθιά εξειδίκευση της Mazars και υπογραμμίζουν τη δέσμευσή της για παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου. Είμαι σίγουρος ότι αυτή η συνεργασία θα συμβάλει στην ενίσχυση της προβολής και εταιρικής φήμης της Mazars».

DIGITAL MEDIA

Η Μαριλένα Μπάτη, Head of Ad Operations στη Liquid Media

Στην εμπορική ομάδα της Liquid Media εντάσσεται η Μαριλένα Μπάτη, ως Head of Ad Operations. Με 12ετή εμπειρία σε θέσεις νευραλγικού χαρακτήρα σε κομμάτια του Ad Operations και του Programmatic, θα συμβάλει με τις γνώσεις της στην περαιτέρω ανάπτυξη και ενίσχυση του τμήματος Ad Operations, του οποίου και θα ηγηθεί. Στον νέο της ρόλο θα ηγηθεί της ομάδας adops, ενισχύοντας τη δυναμική της εταιρείας σε αυτό τον τομέα. «Με τις γνώσεις της και την εμπειρία της, είμαστε βέβαιοι ότι θα συμβάλει σημαντικά στην ανάπτυξη και την επιτυχία της εταιρείας μας», επισημαίνει η Liquid Media.

MEDIA

Η Άτζυ Ντρίβα Γενική Διευθύντρια της Red Smile

Η Άτζυ Ντρίβα αναλαμβάνει τη Γενική Διεύθυνση της εταιρείας Red Smile. Έμπειρο στέλεχος της τηλεοπτικής βιομηχανίας, με υψηλή τεχνογνωσία και πολυετή προϋπηρεσία σε επιτελικές θέσεις σε τηλεοπτικούς σταθμούς και εταιρείες media τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, έχοντας «υπογράψει» πολλές τηλεοπτικές επιτυχίες, θα συμβάλει στον στρατηγικό σχεδιασμό, την ενίσχυση της δυναμικής, αλλά και την περαιτέρω ανάπτυξη της εταιρείας παραγωγής τηλεοπτικού περιεχομένου και στο εξωτερικό. Η εταιρεία παραγωγής Red Smile είναι θυγατρική της Barking Well Media. Ιδρύθηκε το 2023 και έχει ήδη κάνει αισθητή την παρουσία της στην τηλεοπτική αγορά με περισσότερα από πέντε επιτυχημένα τηλεοπτικά projects.