



Marketing... Rules!

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

Χριστίνα Μηλιαράκη,
Διευθύντρια Marketing Εμπορίας (ΕΚΟ, BP)
Ομίλου Helleniq Energy

Ο πολυτάλαντος marketer

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... πολλά! Ζούμε σε μια εποχή που ο Marketer καλείται να είναι «πολυτάλαντος» και ιδιαίτερα ικανός. Εκτός από γνώσεις Marketing και Επικοινωνίας, ο ρόλος που διαδραματίζει τον καλεί πολλές φορές να είναι tech savvy, data savvy, ή ακόμα και financial savvy! Κατά τη γνώμη μου όμως, το πάθος για τη δουλειά του, ήταν, είναι και θα είναι το πιο ανεκτίμητο πλεονέκτημά του, μαζί με την ευχέρεια που θα πρέπει να έχει ώστε να εφαρμόζει απλή λογική, όταν τα πράγματα γίνονται σύνθετα!

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... τόσο εμείς οι marketers, όσο και οι δημιουργοί και τα Μέσα, να κατανοήσουμε ότι η διαφήμιση δεν πρέπει να είναι μια ενοχλητική «διακοπή» που προκαλεί «φασαρία» στον προσωπικό χρόνο και χώρο των καταναλωτών. Πόσες φορές γινόμαστε δέκτες διαφημίσεων που όχι απλώς δεν μας ενδιαφέρουν, αλλά γίνονται ενοχλητικές; Το εύστοχο χιούμορ, αλλά και μια έξυπνη ατάκα που κρύβει μια ανείπωτη αλήθεια, μπορούν μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα να εκτοξεύσουν την εμπειρία μας. Να μας κάνουν να χαμογελάσουμε, να προβληματιστούμε ή να εμπνευστούμε.

Βλέπω το ΑΙ ως... έναν μοχλό ανάπτυξης του κλάδου μας. Θα βοηθήσει να αυτοματοποιηθούν κάποιες διαδικασίες, ώστε να εξοικονομήσουμε χρόνο για τα πιο σημαντικά. Επιπλέον, θα μας επιτρέψει να σχεδιάσουμε προσωποποιημένες εμπειρίες καταναλωτών που θα δημιουργούν εύστοχο consumer engagement, χτίζοντας σχέσεις κατανόησης και εμπιστοσύνης, αλλά και επιτυγχάνοντας αποτελεσματικότερη προώθηση προϊόντων και υπηρεσιών.

Καλό brief σημαίνει... να μπορείς να «ξεκλειδώσεις» τη δημιουργικότητα και τις καινοτόμες ιδέες, ευθυγραμμίζοντας τους επιχειρηματικούς στόχους με την αλήθεια του καταναλωτή.

Τα βασικά «υλικά» για ένα επιτυχημένο event σήμερα είναι... ο συνδυασμός στοιχείων έκπληξης, με μια μοναδική εμπειρία που, όπως συνηθίζουμε να λέμε, δεν «αγοράζεται με χρήματα». Γιατί, δημιουργεί τις προϋποθέσεις ενός newsworthy event, το οποίο θα θυμάσαι και θα το συζητάς.

Better Marketing σημαίνει... Experiential Marketing with Purpose.

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



PUBLIC RELATIONS

Η Hill & Knowlton γίνεται Publicom Group Burson Athens

Μετά τη συγχώνευση των παγκόσμιων δικτύων BCW και Hill & Knowlton δημιουργήθηκε η Burson, ο ισχυρότερος παγκόσμιος παίκτης στον κλάδο της επικοινωνίας και των Δημοσίων Σχέσεων με ετήσια συνδυαστικά έσοδα που αγγίζουν το 1,3 δισ. δολάρια. Στην Ελλάδα, η νέα εταιρική ταυτότητα του διεθνούς ομίλου εφαρμόζεται με την επωνυμία Publicom Group Burson Athens. Η Ελένη Κωνσταντινίδη, CEO της Publicom Group Burson Athens, δήλωσε: «Είμαστε ενθουσιασμένοι με αυτή τη νέα εποχή που ανατέλλει. Η Ψηφιακή Μετάβαση και οι κοινωνικές αλλαγές επιτάσσουν ευελιξία και δημιουργία καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών με το βλέμμα στραμμένο πάντα στις ανάγκες του πελάτη, της κοινωνίας και των επιμέρους stakeholders. Το όραμά μας είναι να μετατρέπουμε το κεφάλαιο φήμη και εμπιστοσύνη των εταιρειών και των προϊόντων της σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα». Ο Πέτρος Κωνσταντινίδης, Πρόεδρος της Publicom Group Burson Athens, ανέφερε: «Η συμφωνία αυτή είναι ορόσημο και για την ελληνική αγορά, δίνοντάς μας τη δυνατότητα να αξιοποιήσουμε την πολυετή εμπειρία και τεχνογνωσία μας στην Ελλάδα σε συνδυασμό με τις ενισχυμένες δυνατότητες ενός παγκόσμιου κολοσσού όπως η Burson. Το μέλλον προβλέπεται συναρπαστικό σε ένα διαρκώς εξελισσόμενο τοπίο για τους πελάτες μας, τους stakeholders τους και την κοινωνία. Στην Publicom Group Burson Athens είμαστε πανέτοιμοι και σταθερά μπροστά από τις εξελίξεις».

EVENTS

Η Momentum Athens σχεδιάζει για τους νέους του The Mall Athens

Η Momentum Experiential Agency του McCann Worldgroup, σχεδίασε και υλοποίησε μια σειρά εμπειριών, αποκλειστικά για τη νεολαία του The Mall Athens, το YouCube Experiences. Με στόχο να δημιουργηθεί ένας χώρος ελεύθερης έκφρασης για τους νέους, σύνθεσε μία σειρά από activations για να μπορούν να παίξουν, να διασκεδάσουν αλλά και να μοιράζονται στιγμές με τους φίλους τους. Η αρχή αυτού του νέου meeting point των teens έγινε με το drums cube, όπου οι νέοι είχαν την ευκαιρία να παίξουν ηλεκτρικά drums. Σειρά είχε η δημιουργία ενός content creation dance floor, όπου οι νέοι εκφράστηκαν μέσα από τον χορό ενώ λάνσαραν και το δικό τους trend. Δεν έλειψε, μάλιστα, μια ενέργεια αφιερωμένη στις selfies. Δόθηκε, λοιπόν, στους νέους η δυνατότητα να επιλέξουν ή και να δημιουργήσουν το δικό τους «χώρο» με καθρέπτες που δημιουργούσαν illusions, τοποθετώντας digital backgrounds. Τέλος, αξίζει να αναφερθεί το VR game, ένα παιχνίδι που μετέφερε τους παίκτες σε έναν εικονικό κόσμο για να συναγωνιστούν μεταξύ τους με διαστημικά φωτόσπαθα στο ρυθμό της μουσικής. Αυτές οι δράσεις δεν προσέφεραν μόνο διασκέδαση, αλλά αποτέλεσαν και μια πλατφόρμα για να εκφραστούν και να δημιουργήσουν αναμνήσεις.