



Marketing... Rules!

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

Μαρίνα Εξάρχου,
Γενική Διευθύντρια Marketing,
Metro AEBE

Stay curious

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... ένας συνδυασμός δημιουργικότητας και ικανότητας πωλήσεων, διάθεσης για αλλαγή, digital γνώσης και στρατηγικής σκέψης. Ο marketer που παρουσίαζε εντυπωσιακές καμπάνιες, οργάνωνε επιτυχημένα events και διαχειριζόταν social media πλατφόρμες, θεωρείται σήμερα απλά ένας καλός marketer. Οι εταιρείες όμως ήδη ψάχνουν πολλά περισσότερα - ψάχνουν ανθρώπους που θα συνδέσουν τη δημιουργικότητά τους με τους εμπορικούς και στρατηγικούς στόχους του οργανισμού, που θα διαγνώσουν τις αδυναμίες των εργαλείων των ομάδων πωλήσεων και θα προσφέρουν λύσεις και που θα έχουν πάθος για αλλαγή σε όλα τα επίπεδα. Ένα... πολυεργαλείο που θα έχει την προσοχή του στο brand και στα αποτελέσματα πωλήσεων, εξίσου.

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies είναι... να είναι το ίδιο ανήσυχα, όσο κι εκείνοι. Ο ρόλος τους πια δεν είναι απλά υποστηρικτικός - είναι συμβιωτικός. Οι διαφημιζόμενοι, ολοένα και πιο συχνά, ψάχνουν συνεργάτες που μπορούν να διακρίνουν τη διαφορά και που θα μοιραστούν την αγωνία τους για τα αποτελέσματα. Οι απαιτήσεις από τα agencies έχουν διευρυνθεί, όπως αυτές από τους marketers. Την ίδια στιγμή, τα agencies καλούνται να υπεραποτιούν το οχυρό του brand με όλα τους τη δύναμη. Η ανάγκη για ισορροπία μεταξύ της δημιουργικότητας και της παραγωγικότητας είναι μεγαλύτερη από ποτέ.

Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping εάν... το ξεπεράσει πρώτα η κοινωνία. Και σε αυτό έχουμε πολύ δρόμο.

Καλό brief σημαίνει... καλό insight. Όσα στοιχεία και αν παραθέτει για την εταιρεία, τα προϊόντα, τα target groups και τους στόχους πωλήσεων, ένας διαφημιζόμενος πρέπει να ξέρει τον πελάτη του και να καταλάβει την ανάγκη. Η πληροφορία με την οποία βομβαρδίζεται ο καταναλωτής του επιτρέπει να ακούει μόνο κάτι που τον αφορά, είτε σε συναισθηματικό, είτε σε πρακτικό επίπεδο. Το καλό insight είναι το θεμέλιο για μια ιστορία που μπορεί να ακούσει.

Η διαδικασία ενός spec είναι... δημιουργική, συναρπαστική, ανανεωτική. Αλλά και εξαντλητική, χρονοβόρα και σε περιπτώσεις, αντιπαραγωγική.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... Stay curious. Δεν παίρνω τίποτα σαν δεδομένο, τις περισσότερες φορές η λύση του προβλήματος είναι στις ερωτήσεις.

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



PUBLIC RELATIONS

Η Airbus ανέθεσε στην Communication Effect

Την έναρξη της συνεργασίας της με την πολυεθνική εταιρεία Airbus έκανε γνωστή η Communication Effect, για την υποστήριξη υπηρεσιών δημοσίων σχέσεων, media relations και συμβουλευτικών υπηρεσιών. «Είμαστε ενθουσιασμένοι που επιλεχθήκαμε ως συνεργάτης δημοσίων σχέσεων για την Airbus», σημείωσε η Μάγδα Πανουργιά, General Manager της Communication Effect. Προσέθεσε δε ότι: «αυτή η συνεργασία είναι απόδειξη της αφοσίωσης, της δημιουργικότητας και της τεχνογνωσίας της ομάδας μας στη δημιουργία ολοκληρωμένων προγραμμάτων επικοινωνίας». Σημειώνεται ότι η Airbus είναι η μεγαλύτερη αεροναυπηγική και διαστημική εταιρεία στην Ευρώπη, η οποία παρέχει προϊόντα, υπηρεσίες και λύσεις για τους τομείς εμπορικών αεροσκαφών, ελικοπτερίων, άμυνας και διαστήματος. «Αντλώντας πάνω από μισό αιώνα τεχνογνωσίας στον τομέα της αεροδιαστημικής μηχανικής, τα προϊόντα της Airbus χαρακτηρίζονται από την καινοτομία. Από τα εμπορικά αεροσκάφη και τα ελικόπτερα που συνδέουν και ενώνουν ανθρώπους σε όλον τον κόσμο, μέχρι τα στρατιωτικά αεροσκάφη και τους δορυφόρους που προστατεύουν τους πολίτες και τις χώρες, τα προϊόντα της Airbus επιτρέπουν τη σύγχρονη και συνδεδεμένη ζωή», καταλήγει η σχετική ανακοίνωση.

MARKETING

Ο Σταύρος Δρακουλαράκος, Director Communications Europe της PMI

Τη θέση του Director Communications Europe, Brussels office, Philip Morris International, ανέλαβε ο Σταύρος Δρακουλαράκος. Ο ίδιος διατελούσε μέχρι πρότινος Γενικός Διευθυντής, PMI Κύπρου και Μάλτας, ενώ έχει επίσης θητεύσει ως Γενικός Διευθυντής Επικοινωνίας στη θυγατρική Παπαστράτος. Ο Σταύρος Δρακουλαράκος διαθέτει σημαντική διοικητική εμπειρία στον στρατηγικό σχεδιασμό, την ανάπτυξη προϊόντων, τις ψηφιακές τεχνολογίες και την ηγεσία ομάδων και εντάχθηκε στην ομάδα της Παπαστράτος το 2019.

MARKETING

Νέος Senior Corporate Affairs Manager στη Lidl Ελλάς

Στο δυναμικό της Lidl Ελλάς εντάσσεται ο Νίκος Λυσιγάκης, ο οποίος αναλαμβάνει τη θέση του Senior Corporate Affairs Manager. Προέρχεται από τη Free Now, όπου, από τον Ιανουάριο του 2020, εργάστηκε σε διάφορες θέσεις με τελευταία εκείνη του Public Affairs Communications Lead. Παλαιότερα, υπήρξε Επικεφαλής του Γραφείου του Αναπληρωτή Υπουργού Έρευνας, Καινοτομίας και Τεχνολογίας, Συνεργάτης Πολιτικής και Επικοινωνίας, Policy and Communication Associate στη Βουλή των Ελλήνων, Ανώτερος Σύμβουλος του Γενικού Γραμματέα στη Νέα Δημοκρατία, ενώ έχει εργαστεί και στην DPG Digital Media Group και στην Europe Analytica.