

1ο BETTER MARKETING CONFERENCE

Marketing για ένα καλύτερο αύριο

Με επίκεντρο τη βιωσιμότητα, την υπευθυνότητα, το ήθος, την ενσυναίσθηση, τη δημιουργικότητα, την αποτελεσματικότητα και, πάνω απ' όλα, τον άνθρωπο, πραγματοποιήθηκε την Τρίτη 1η Οκτωβρίου, στο Ωδείο Αθηνών, το -sold out- 1ο Better Marketing Conference, μια πρωτοβουλία του **Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)**, όπου παρευρέθησαν 600 στελέχη της αγοράς. Ο **Rupen Desai**, CMO και Venture Partner της **Una Terra**, Co-founder της **The Shed 28**, άνοιξε το συνέδριο και μίλησε για τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι σύγχρονοι marketers, την αλληλεξάρτηση που υπάρχει μεταξύ της ευημερίας των ανθρώπων και του πλανήτη και τόνισε την ανάγκη «στροφής» από το consumerism marketing προς το regenerative marketing. Τη σκυτάλη πήρε ο **Stephan Loerke**, CEO της **Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA)**, ο οποίος μοιράστηκε τα βήματα προς το Better Marketing: Υποστηρίξτε ένα σκοπό, εμπλέξτε τους εργαζομένους σας, δείξτε ενσυναίσθηση και γενναιότητα, αγκαλιάστε τη διαφορετικότητα. Ο **Jake Dubbins**, Co-Chair του Conscious Advertising Network και CEO της **Media Bounty**, εξήγησε πώς η υπεύθυνη επένδυση στα Media μπορεί να προστατεύσει την κοινωνία και το περιβάλλον, ενισχύοντας παράλληλα την αποτελεσματικότητα της επένδυσης των brands. Στη σημασία της αντιπροσώπευσης και της προσβασιμότητας στο marketing και τη διαφήμιση επικεντρώθηκε ο **Jerry Daykin**, WFA DEI Ambassador, Media Consultant και συγγραφέας του βιβλίου Inclusive Marketing - Why Representation Matters. Η **Katrina Dodd**, Editor at Large

της **Contagious**, στην ομιλία της με τίτλο "The Fame Game" εξήγησε γιατί το creative marketing είναι καλύτερο και αποτελεσματικότερο marketing και μίλησε με παραδείγματα για τη δύναμη της δημιουργικότητας για τα brands. Η **Mary Kyriakidi**, Global Thought Leader της **Kantar**, αποκάλυψε πως η βιομηχανία κάνει στροφή 180 μοιρών προς τα brand perceptions και εξήγησε πώς αυτή η αλλαγή μπορεί να αποτελέσει κινητήριο μοχλό για μακροπρόθεσμη, βιώσιμη ανάπτυξη που τελικά θα συμβάλει στην επιχειρη-



ματική υγεία, στην κοινωνική ευημερία και στη βιωσιμότητα του πλανήτη. Η έκπληξη στο τέλος της βραδιάς αφορούσε τον «καλεσμένο» του επίτιμου προέδρου της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων και οικοδεσπότη των Better Marketing Pods της WFA, **David Wheldon**, που δεν ήταν άλλος από τον... **Mark Ritson**. Μάλλον, πιο σωστά, ο David Wheldon πραγματοποίησε on-stage ένα Better Marketing Pod με το AI-generated alter ego του **Mark Ritson**. Το επονομαζόμενο Ritbot, βασισμένο σε χιλιάδες ώρες ομιλιών και κειμένων του ίδιου του Ritson, απάντησε με ακρίβεια στις ερωτήσεις του David Wheldon, μιμούμενο απόλυτα την ευθύτητα και το χιούμορ του διάσημου καθηγητή marketing. Η συζήτηση με το Ritbot ενσωμάτωσε την τεχνολογική καινοτομία στη συζήτηση για το μέλλον



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

του ρόλου των CMO και προκάλεσε εύστοχους προβληματισμούς για τη σωστή και ηθική χρήση του AI. Το 1ο Better Marketing Conference ήταν ένα zero-wasted event, όπου εφαρμόστηκαν πρακτικές μείωσης, επαναχρησιμοποίησης και ανακύκλωσης (Reduce - Reuse - Recycle). Δεν χρησιμοποιήθηκε καθόλου πλαστικό, έγιναν ελάχιστες εκτυπώσεις αποκλειστικά σε χαρτί πιστοποιημένο κατά FSC, ενώ συνεδριακά υλικά όπως τα badges και τα lanyards των συνέδρων, ήταν φυτεύσιμα (plantable seed paper). Όλα τα ανακυκλώσιμα υλικά συλλέχθηκαν για περαιτέρω επεξεργασία στο πλαίσιο της κυκλικής οικονομίας, ενώ όσα τρόφιμα και ποτά δεν καταναλώθηκαν, διατέθηκαν στην οργάνωση «Μπορούμε». Επιπλέον, τα διακοσμητικά υλικά της σκηνής ήταν φτιαγμένα από τις ανακυκλωμένες στολές των εργαζομένων στην **IKEA**, ενώ τα κίτρινα benches που κατασκευάστηκαν ειδικά για το συνέδριο, θα αξιοποιηθούν στα νέα γραφεία του ΣΔΕ, διασφαλίζοντας και σε αυτή την περίπτωση την κυκλική οικονομία. Τέλος, το συνέδριο αποτέλεσε καλή πρακτική και στο κομμάτι της προσβασιμότητας, καθώς καθ' όλη τη διάρκειά του, υπήρχε ζωντανή διερμηνεία στη σκηνή στη νοηματική γλώσσα. Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί πως στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας ΣΔΕ Open Doors, η **Μαριάννα Κορδοπάτη**, αντιπρόεδρος του ΣΔΕ, προανήγγειλε τη διοργάνωση των Better Marketing Sessions, τα οποία θα απευθύνονται στη νέα γενιά marketers, στους φοιτητές marketing των πανεπιστημίων.