

Marketing

1ο Better Marketing Conference από τον ΣΔΕ

Ένα νέο mindset για το μέλλον του marketing

Όταν το ήθος συναντά τη δημιουργικότητα και η ενσυναίσθηση την επικοινωνία, το marketing γίνεται καλύτερο.

Γράφει η Εύα Πέτροβα

Με επίκεντρο τη βιωσιμότητα, την υπευθυνότητα, το ήθος, την ενσυναίσθηση, τη δημιουργικότητα και, πάνω απ' όλα, τον άνθρωπο, πραγματοποιήθηκε το **1ο Better Marketing Conference**, μια πρωτοβουλία του **Συνδέσμου Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)**, την Τρίτη 1η Οκτωβρίου, στο Ωδείο Αθηνών. Οι ομιλητές, τα 7 κορυφαία διεθνή στελέχη που βρέθηκαν στην Αθήνα, παρουσίασαν με τον δικό τους ξεχωριστό τρόπο τη σημασία που καλείται να έχει το marketing σήμερα, προκειμένου όλα τα εμπλεκόμενα μέρη να συμβάλουν σε ένα καλύτερο μέλλον.

Με το sold out συνέδριο, ο ΣΔΕ θέλησε να εξηγήσει στα 600 στελέχη από τον ευρύτερο χώρο του marketing και της επικοινωνίας που παρευρέθηκαν, πώς η επιχειρηματική ανάπτυξη μπορεί να επηρεάσει θετικά όλα τα εμπλεκόμενα μέρη και πώς θετικές συμπεριφορές και πρακτικές αποτελούν growth drivers που συμβάλλουν σε ένα καλύτερο μέλλον για όλους. Προσπλωμένος στη δύναμη και τη σημασία του Better Marketing, ο ΣΔΕ ασχολείται από το 2019 με το θέμα, προάγοντας έναν διαφορετικό τρόπο σκέψης και παρέχοντας εργαλεία που βοηθούν τους marketers και τους συνεργάτες τους στα agencies να «κτίσουν» τις μάρκες που διαχειρίζονται, να τις βοηθήσουν να μεγαλώσουν και να «ανθίσουν», προσπαθώντας παράλληλα την ευημερία και το μέλλον των επόμενων γενεών και του πλανήτη.

Το συνέδριο άνοιξε με το χαιρετισμό του προέδρου του ΣΔΕ, **Γρηγόρη Αντωνιάδη**, και της προέδρου της Οργανωτικής Επιτροπής του συνεδρίου, **Άντας Γιαννεσκή**. Ο κ. Αντωνιάδης επισήμανε τη σπουδαιότητα μιας τέτοιου μεγέθους διοργάνωσης και τη χαρά του να παρευρεθεί σε αυτό και η κ. Γιαννεσκή ανέφερε χαρακτηριστικά ότι χρειάστηκαν 6 μήνες σκληρής δουλειάς και προετοιμασίας για να καταλήξουν στο τι ακριβώς είναι για τα εμπλεκόμενα μέρη και τον κόσμο το better marketing.

Το Truman Show του marketing και η ευκαιρία για την αλλαγή του mindset

Ο **Rupen Desai**, CMO και Venture Partner της Una Terra, Co-founder, 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. Η αντίληψη ότι όσο αγοράζουμε γινόμαστε και πιο ευτυχισμένοι και κάποιος έχει κέρδος από αυτό, ήρθε η ώρα να αλλάξει, τόνισε και υπογράμμισε πως το regenerative marketing είναι η ευκαιρία για το better marketing.

«Who loses when your business grows?»

Ο **Desai** έκανε λόγο για το ήθος στο χώρο του marketing, αναφερόμενος στην ευθύνη που

έχει και ο ίδιος απέναντι στα δύο παιδιά του να τους παραδώσει έναν καλύτερο κόσμο. Κάνοντας επίσης αναφορά στο Truman show, τόνισε ότι ήρθε η ώρα να επαπροσδιορίσουμε το mindset και να βγούμε από τον εικονικό κόσμο που μας προσφέρει το marketing, στον πραγματικό. Επίσης, το ερώτημα του Desai «Who loses when your business grows?» τοποθέτησε σε νέες βάσεις την αξία για το better marketing.

Ενσυναίσθηση, σκοπός και εστίαση στο DEI

Τη σκυτάλη πήρε ο **Stephan Loerke**, CEO της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA), ο οποίος μοιράστηκε 5 βήματα προς το Better Marketing: Υποστηρίξτε ένα σκοπό, εμπλέξτε τους εργαζομένους σας, δείξτε ενσυναίσθηση και γενναιότητα, αγκαλιάστε τη

Νερίνα Κομιώτη

Γενική Διευθύντρια ΣΔΕ

«Το marketing πρέπει και μπορεί να γίνει καλύτερο, πιο αποτελεσματικό, πιο υπεύθυνο και πιο βιώσιμο»



«Για μία ακόμα φορά σε συνέδριο του ΣΔΕ, βάλαμε συνειδητά τον πήχυ πολύ ψηλά: Προσκαλέσαμε κορυφαίους διεθνείς ομιλητές και “ενώσαμε” πολλούς από τους πυλώνες του Better Marketing, για τους οποίους εργαζόμαστε τα τελευταία 5 χρόνια: βιωσιμότητα, διαφορετικότητα και ισότιμη ένταξη, προσβασιμότητα, υπεύθυνη επιλογή Μέσων, brand safety και ad fraud, ηθική χρήση των data και του AI, δημιουργικότητα κ.ά. Θελήσαμε να μοιραστούμε με όλη την αγορά, με όλους μας τους συνεργάτες στο marketing και την επικοινωνία, ότι στις σημερινές συνθήκες, μπροστά σε τόσες προκλήσεις, το marketing ΠΡΕΠΕΙ και ΜΠΟΡΕΙ να γίνει καλύτερο: πιο αποτελεσματικό, πιο υπεύθυνο και πιο βιώσιμο. Η τόσο μεγάλη συμμετοχή μάς γεμίζει αισιοδοξία για συνεργασία όλων για ένα καλύτερο αύριο με μοχλό το marketing», ανέφερε χαρακτηριστικά η Νερίνα Κομιώτη, γενική διευθύντρια του ΣΔΕ.

διαφορετικότητα. Ο Loerke ανέφερε ότι 80% των brands θεωρούν ότι παρέχουν σημαντική εμπειρία στον καταναλωτή, αλλά μόνο το 8% των καταναλωτών συμφωνεί με αυτό. Επίσης, τόνισε ότι το 75% των brands θα εξαφανιστούν και κανείς δεν θα νοιαστεί γι' αυτό. Ο Loerke τόνισε την εστίαση στο DEI αλλά και την αξιοποίηση της AI, η οποία μπορεί να μεταμορφωθεί σε μια superpower, αν χρησιμοποιηθεί ορθά.

Υπεύθυνη επένδυση και διαφάνεια

Η κλιματική αλλαγή θα κοστίσει 38 τρις. δολάρια έως το 2050 και είμαστε όλοι υπεύθυνοι για το μέλλον της γης και το κόστος που θα «φορτώσουμε» στις επόμενες γενιές. Η υπεύθυνη επένδυση στα Media μπορεί να προστατεύσει την κοινωνία και το περιβάλλον. Για τη σημασία της υπευθυνότητας στο χώ-



ρο των media έκανε λόγο ο **Jake Dubbins**, Co-Chair του Conscious Advertising Network και CEO της Media Bounty και εξήγησε πώς η υπεύθυνη επένδυση στα Media μπορεί να προστατεύσει την κοινωνία και το περιβάλλον, ενισχύοντας παράλληλα την αποτελεσματικότητα της επένδυσης των brands. Ακόμα, συμβούλεψε τους διαφημιζόμενους να απαιτούν διαφάνεια για το πού εμφανίζονται οι διαφημίσεις τους, ώστε να αποφύγουν την ακούσια χρηματοδότηση της παραπληροφόρησης, τη σπατάλη χρημάτων και την άσκοπη επιβάρυνση του περιβάλλοντος. Ο Dubbins, αναφερόμενος στη σημασία της διαφάνειας, ανέφερε χαρακτηριστικά: «Transparency is your money!»

Συμπερίληψη και προσβασιμότητα για έναν καλύτερο κόσμο

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. Μάλιστα, εξήγησε το πλαίσιο μέσα στο οποίο οι επιχειρήσεις μπορούν να ενσωματώσουν τη συμπερίληψη σε κάθε στάδιο του marketing process και έδωσε πραγματικά παραδείγματα και λύσεις και καταχειροκροτήθηκε από το κοινό.

Η δύναμη της δημιουργικότητας έχει ουσιαστικό αντίκτυπο

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 δημιουργικότητα καλλιεργεί τη φαντασία και οξύνει το πνεύμα, τόνισε η ομιλήτρια, παρουσιάζοντας παραδείγματα από δουλειές που ξεχώρισαν. Η δύναμη της δημιουργικότητας στο better marketing έχει ευθύνη, έχει σκοπό και αφυπνίζει την κοινότητα με ουσιαστικό αντίκτυπο, σημείωσε μεταξύ άλλων.

Στροφή προς τα brand perceptions

Τη δύναμη που έχουν τα brands να αλλάξουν τον κόσμο έχει σαφώς ανάγκη και καθοδηγεί το better marketing. Η **Mary Kyriakidi**, Global Thought Leader της Kantar, αποκάλυψε πώς η βιομηχανία κάνει στροφή 180 μοιρών προς τα brand perceptions και εξήγησε πώς αυτή αλλαγή μπορεί να αποτελέσει κινητήριο μοχλό για μακροπρόθεσμη, βιώσιμη ανάπτυξη, που τελικά θα συμβάλει στην επιχειρηματική υγεία, στην κοινωνική ευημερία και στη βιωσιμότητα του πλανήτη.

Το μέλλον του ρόλου των CMO και η σωστή και ηθική χρήση του AI

Η έκπληξη στο τέλος της βραδιάς αφορούσε τον «καλεσμένο» του επίτιμου πρόεδρου της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων και οικοδεσπότη των Better Marketing



Pods της WFA, **David Wheldon**, που δεν ήταν άλλος από τον διάσημο καθηγητή του marketing, **Mark Ritson**. Συγκεκριμένα, ο David Wheldon πραγματοποίησε on-stage ένα Better Marketing Pod με το Ritbot, το AI-generated alter ego του διάσημου καθηγητή marketing, Mark Ritson.

Για πρώτη φορά στην Ελλάδα, το κοινό είχε την ευκαιρία να παρακολουθήσει μια τεχνολογική επίδειξη τεχνητής νοημοσύνης, όπου το Ritbot συνομιλούσε με τον David Wheldon. Το 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 μοναδικού Mark Ritson.

Η συζήτηση με το Ritbot, το οποίο εξέπληξε ακόμα περισσότερο το κοινό απαντώντας την τελευταία ερώτηση σε άπταιστα ελληνικά, ενσωμάτωσε την τεχνολογική καινοτομία στη συζήτηση για το μέλλον του ρόλου των CMO και προκάλεσε εύστοχους προβληματισμούς για τη σωστή και ηθική χρήση του AI. Ήταν μια πραγματική καινοτομία του συνεδρίου, μια εμπειρία που ενθουσίασε τους συμμετέχοντες.

«Better Marketing Sessions» για τη νέα γενιά marketers

Στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας **ΣΔΕ Open Doors**, η **Μαρίαννα Κορδοπάτη**, αντιπρόεδρος του ΣΔΕ, προανήγγειλε τη διοργάνωση μιας σειράς **Better Marketing Sessions**, τα οποία θα απευθύνονται στη νέα γενιά marketers, στους φοιτητές των πανεπιστημίων. Τα Better Marketing Sessions θα ξεκινήσουν σε συνεργασία με το **Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΟΠΑ)** και θα επεκταθούν στη συνέχεια σε περισσότερα εκπαιδευτικά ιδρύματα.

Ένα zero wasted event προσβάσιμο σε όλους

Στο 1ο Better Marketing Conference ο ΣΔΕ δεν μίλησε απλώς για το Better Marketing, αλλά κατά την πάγια τακτική του, το έθεσε σε εφαρμογή σε κάθε πτυχή του συνεδρίου. 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» και έφτασαν σε ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες που βρίσκονται σε επισιτιστική ανασφάλεια. 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' όλην τη διάρκεια του, υπήρχε ζωντανή διερμηνεία στη σκηνή στη νοηματική γλώσσα.

Χορηγοί - Υποστηρικτές

Το όραμα του ΣΔΕ για το Better Marketing μοιράστηκαν και στήριξαν με χορηγία οι εταιρείες: **Ant1, Ikea** (Platinum Sponsors) | **Εθνική Τράπεζα, Noynoy, Pampers** (Gold Sponsors) | **Arla, Cosmote, Dove, Dpg Digital Media Group, Vodafone** (Sponsors) | **Adweb, Campari Hellas, Coca-Cola Hellas, Eurobank, Mondelēz, OCM Marketplace, Persil** (Supporters). Η **Direction Business Network** συμμετείχε επίσημα ως Χορηγός Κλαδικής Επικοινωνίας.

Υπενθυμίζεται πως ο **Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος (ΣΔΕ)**, μέλος της **Παγκόσμιας Ομοσπονδίας Διαφημιζομένων (WFA)**, ιδρύθηκε το 1978 και αποτελεί το θεσμικό όργανο των διαφημιζομένων. Μέλη του είναι επιχειρήσεις -ανεξαρτήτως μεγέθους- που δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς της οικονομίας και διαφημίζονται ή σκοπεύουν να διαφημιστούν. Σκοπός του ΣΔΕ είναι η προώθηση και προώθηση υπεύθυνης, συμπεριληπτικής, αποτελεσματικής επικοινωνίας και βιώσιμων πρακτικών.