



Marketing... Rules!

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

Κατία Σταθάκη,
Εμπορική Διευθύντρια Πελατών Λιανικής,
Vodafone Ελλάδας

Be true to your customer

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... οι εμπειρίες αντί των υλικών αγαθών, η κάλυψη των πραγματικών του αναγκών, η σχέση ποιότητας - τιμής. Οι σύγχρονοι καταναλωτές, και ειδικότερα οι νέες γενιές, περιμένουν εξατομικευμένες υπηρεσίες και κυρίως τις αναζητούν σε ψηφιακά κανάλια. Είναι ευαίσθητοποιημένοι κοινωνικά και περιβαλλοντικά, βάζουν ψηλά τις βιώσιμες πρακτικές και την υπευθυνότητα των brands και τα αξιολογούν για την ακεραιότητά τους.

Το marketing έχει τη δύναμη να... τοποθετεί τον πελάτη στο επίκεντρο και να καλλιεργεί μια σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης ανάμεσα σε εκείνον και το brand. Να προσωποποιεί την εμπειρία του πελάτη σήμερα όσο ποτέ, με την αξιοποίηση της τεχνολογίας. Να δίνει το παράδειγμα ασκώντας επιρροή για τη βελτίωση της κοινωνίας, να εμπνέει και να ενθαρρύνει θετικές αλλαγές συμπεριφοράς. Να φέρνει νέες, παγκόσμιες τάσεις στις τοπικές κοινωνίες.

Better Marketing σημαίνει... ότι το brand αναδεικνύεται σε υπεύθυνο πολίτη με θετικό αντίκτυπο σε κοινωνία και περιβάλλον. Το Better Marketing μπορεί να ενσωματώνει οργανικά το αξιακό σύστημα της μάρκας, τις αειφόρες πρακτικές και πρωτοβουλίες της για το κοινό καλό, ενισχύοντας την αξιοπιστία της και την αφοσίωση των πελατών.

Η μεγαλύτερη πρόκληση σήμερα στο marketing είναι... ένα brand να παραμένει ψηλά στην καρδιά και τις προτιμήσεις του πελάτη, με διάρκεια και συνέπεια. Κάτι που γίνεται ολοένα και πιο απαιτητικό με δεδομένα τον ωκεανό πληροφορίας που δεχόμαστε καθημερινά, τη δυναμική μεταβολή των αναγκών και επιθυμιών, την αυξανόμενη πολυπλοκότητα του ταξιδιού του πελάτη.

Βλέπω το AI ως... ένα σπουδαίο εργαλείο που μπορεί να κάνει τη ζωή και τη δουλειά μας ευκολότερη, να μας τροφοδοτεί ταχύτατα με δεδομένα και να απελευθερώνει χρόνο για να γινόμαστε ακόμα πιο δημιουργικοί και ευρηματικοί. Σε ό,τι αφορά το Marketing, πιστεύω ότι η Τεχνητή Νοημοσύνη θα αναβαθμίσει την ικανότητά μας να χαράσσουμε στρατηγική βάσει αξιόπιστων δεδομένων, να εξατομικεύουμε τις εμπειρίες του πελάτη και να προβλέπουμε τις ανάγκες του.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... Be true to yourself, be true to your people, be true to your customer.

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



DIGITAL MARKETING

Νέα εποχή για την ATCOM

Η ATCOM, στο πλαίσιο της διαδικασίας αναδιάρθρωσής της, ήρθε σε καταρχήν συμφωνία με την Aegean, βάσει της οποίας μετά την επιτυχή ολοκλήρωση της διαδικασίας αναδιάρθρωσης και εξυγίανσής της, θα καταστεί εγγεγραμμένη θυγατρική εταιρεία του ομίλου Aegean. Η υπάρχουσα διοικητική ομάδα θα συνεχίσει να έχει την ευθύνη της επιχειρηματικών δραστηριοτήτων της εταιρείας. Η παραπάνω συμφωνία εξασφαλίζει την ομαλή συνέχιση της πολυετούς και επιτυχημένης συνεργασίας μεταξύ των δύο εταιρειών, σχετικά με τον σχεδιασμό, την ανάπτυξη και την υποστήριξη των ψηφιακών υπηρεσιών προς την Aegean. «Εικοσιπέντε χρόνια μετά την ίδρυσή της, η ATCOM μπαίνει σε μία νέα εποχή και μάλιστα σε ιδανική συγκυρία, καθώς εξελίσσεται γοργά το ψηφιακό οικοσύστημα. Μετά την επιτυχή ολοκλήρωση του πλάνου αναδιάρθρωσης, η νέα σχέση που θα προκύψει με την Aegean θα διασφαλίζει ότι η ATCOM όχι μόνο θα παραμείνει η ηγέτιδα εταιρεία στην αγορά των ψηφιακών υπηρεσιών, αλλά και θα διευρύνει περαιτέρω το εύρος των δραστηριοτήτων και των συνεργασιών της», δήλωσε ο CEO της ATCOM, Κωνσταντίνος Θεοτοκάς.

DIGITAL MARKETING

Στη Why η digital επικοινωνία του Dirollo

Την digital επικοινωνία του Dirollo αναλαμβάνει η Why, επεκτείνοντας τη συνεργασία της με την Optima. Στο πλαίσιο αυτής της συνεργασίας, η Why θα αναπτύξει και θα εφαρμόσει ένα ολοκληρωμένο πλάνο στρατηγικής και δημιουργικού, στοχεύοντας να αναδείξει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά και τη μοναδικότητα του Dirollo, για να φέρει τους καταναλωτές ακόμα πιο κοντά στην οικογένεια τυριών Dirollo. «Η ομάδα της Why είναι έτοιμη να αναλάβει την πρόκληση για την ενίσχυση του Dirollo στον απαιτητικό χώρο των social media και να δικαιώσει την Optima για την εμπιστοσύνη της», επισημαίνει η εταιρεία στη σχετική ανακοίνωσή της.

ADVERTISING

Ogilvy: Βραβείο casting για το Stop Bullying στα LIA 2024

Μία ακόμα διεθνής διάκριση κατέκτησε η μικρού μήκους ταινία με τίτλο «Stop Bullying» που δημιούργησε η Ogilvy Greece για το Υπουργείο Παιδείας, αυτή τη φορά κερδίζοντας ένα Bronze LIA για το casting και τις ερμηνείες των ηθοποιών, στην κατηγορία Health & Wellness-Craft, των London International Awards, γνωστά έως LIA, που φέτος κρίθηκαν στο Las Vegas. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Ogilvy Greece έχει κερδίσει στο παρελθόν άλλα 7 βραβεία LIA, με αυτό εδώ να είναι το 8ο. Η ταινία Stop Bullying (με τον αρχικό τίτλο «Μάρτυρες»), είναι σε σκηνοθεσία του Αργύρη Παπαδημητρίου, από ένα σενάριο του Πάνου Σαμπράκου. Η παραγωγή είναι της Foss Productions, ενώ το casting επιμελήθηκε η εταιρεία Ready2Cast, με Casting Directors τη Σοφία Δημόπουλου και τον Φραγκίσκο Ξυδιανό.