



Marketing... Rules!

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

Γιώργος Λαγός,
Group Brand Manager,
Goody's-Everest Group of Companies

Συνέπεια υποσχέσεων και πραγματικότητας

Βλέπω το ΑΙ ως... ένα μοναδικό εργαλείο για τους σύγχρονους brand owners. Η σωστή εκπαίδευση και εξειδίκευση στη χρήση του αποτελούν απαραίτητες προϋποθέσεις ώστε να μπορέσουν οι επαγγελματίες του χώρου να αξιοποιήσουν τις απεριόριστες δυνατότητές του και να εξελίξουν τον τρόπο που μέχρι σήμερα δουλεύαν. Ωστόσο, η αλόγιστη χρήση και η επανάπαυση στη δύναμη της τεχνολογίας, μπορεί να ενέχει κινδύνους, έχοντας εν τέλει αρνητικό αντίκτυπο στην ποιότητα των παραδοτέων.

Η μεγαλύτερη πρόκληση σήμερα στο marketing είναι... η ανάπτυξη στρατηγικών οι οποίες θα κάνουν τα brands να ξεχωρίσουν μέσα σε ένα περιβάλλον υπερπληροφόρησης και συνεχούς ροής διαφημιστικών μηνυμάτων. Παράλληλα, είναι κομβικής σημασίας η δημιουργία αυθεντικής συναισθηματικής σύνδεσης με το κοινό-στόχος, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη και τη μακροχρόνια διάδραση με αυτό.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... η ψηφιακή και τεχνολογική δημιουργικότητα, που θα τον βοηθήσουν στον σχεδιασμό προϊόντων και υπηρεσιών, καινοτόμων αλλά και βιώσιμων. Επίσης, είναι κομβικής σημασίας η ικανότητα να αφοσυγκράζεται εγκαίρως τις ανάγκες και τους προβληματισμούς του κοινού, προσαρμόζοντας ανάλογα τη στρατηγική.

Οι ισχυρισμοί βιωσιμότητας χωρίς αποδείξεις είναι... άκρως επικίνδυνοι για τα brands. Οι καταναλωτές είναι πλέον αρκετά ενημερωμένοι για τα θέματα βιωσιμότητας εντάσσοντας τις αγοραστικές τους αποφάσεις τα συγκεκριμένα κριτήρια. Η συνέπεια μεταξύ των υποσχέσεων ενός brand και της πραγματικότητας είναι καθοριστική και μόνο με αυτόν τον τρόπο μπορεί να εξασφαλιστεί η επιτυχία.

Ένα καλό brief σημαίνει... σαφήνεια στη στρατηγική κατεύθυνση του brand και καθορισμός ζητούμενων. Ταυτόχρονα, σημαντικό παράγοντα αποτελεί η εξασφάλιση στους συνεργάτες όλων των απαραίτητων πόρων, ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις ανάγκες των brands με τρόπο επίκαιρο, σύγχρονο και κυρίως δημιουργικό.

Οι επιδόσεις των εταιρειών σε θέματα ESG αποκτούν μεγαλύτερο βάρος γιατί... πλέον, το σύνολο των stakeholders των εταιρειών απαιτούν κοινωνική υπευθυνότητα & διαφάνεια. Οι εταιρείες που ενσωματώνουν τις αρχές της βιωσιμότητας, ενισχύουν την αξία των brands τους και δημιουργούν προστιθέμενη αξία για τον οργανισμό.

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



PUBLIC RELATIONS

Η Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης-Βεργίνα στην Αία Relate

Η Αία Relate προχώρησε σε έναρξη συνεργασίας με τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης-Βεργίνα. Η συνεργασία περιλαμβάνει την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών στρατηγικής εταιρικής και brand επικοινωνίας για τη Ζυθοποιία Μακεδονίας Θράκης-Βεργίνα και τα προϊόντα της. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Αία Relate θα παρέχει υπηρεσίες γραφείου Τύπου και media relations, διοργάνωσης εκδηλώσεων, Influencers' Marketing και εταιρικής υπευθυνότητας.

ADVERTISING

Σε creative spec η Παπαστράτος

Spec για τον διαφημιστικό της λογαριασμό «τρέχει» αυτή την περίοδο η Παπαστράτος, το οποίο αναμένεται να ολοκληρωθεί στο τέλος του Ιανουαρίου 2025. Η Παπαστράτος, θυγατρική εταιρεία της Philip Morris International (PMI), κατέχει ηγετική θέση στην παραγωγή και εμπορία προϊόντων χωρίς καύση και τσιγάρων στην Ελλάδα εδώ και εννέα δεκαετίες.

MARKETING

Flow: Νέα εταιρεία sports marketing

Μια νέα εταιρεία sports marketing εισέρχεται στην αγορά με στόχο να παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες marketing, περιεχομένου και επικοινωνίας, αναδεικνύοντας τους πρωταγωνιστές του αθλητισμού, τους ίδιους τους αθλητές, τους προπονητές αλλά και όσους συμβάλλουν στην ανάδειξη των sports ως μια πηγή ψυχαγωγίας, πολιτισμού και έμπνευσης. Το όνομα Flow που επελέγη από την ιδρυτική ομάδα συνδέεται με την κατάσταση συνεχούς ροής στην οποία βρίσκεται ο άνθρωπος εγκέφαλος, όταν ένας αθλητής υπερβαίνει τον εαυτό του και απόλυτα συγκεντρωμένος στο στόχο του, πετυχαίνει τη μεγάλη επίδοση. Πίσω από την εταιρεία βρίσκονται άνθρωποι με εμπειρία στα media, τη Διαφήμιση και την Επικοινωνία, τόσο στο digital όσο και το offline περιβάλλον. Στόχος τους η καθιέρωση της Flow ως μία leader εταιρεία στις υπηρεσίες του sports marketing, του sports content και των sports events. Η Flow έχει ήδη συνάψει συμφωνίες με περισσότερους από 20 αθλητές και αθλήτριες, εκπροσωπώντας τους εμπορικά για τα social social media accounts τους, καθώς και για τη στρατηγική ανάπτυξης περιεχομένου σε όλες τις social & digital πλατφόρμες, ενώ διαμορφώνει στρατηγικές συνεργασίες με οργανισμούς, συλλόγους και content creators για μια ολιστική ανάπτυξη στον χώρο των media και της διαφήμισης. Ο Νίκος Μίχαλος, εκ των συνιδρυτών της εταιρείας, δήλωσε: «Η δημιουργία της Flow είναι ένα εγχείρημα που έχει στόχο στην ανάδειξη του αθλητισμού και των πρωταγωνιστών του, σε μια εποχή όπου το sports και το entertainment είναι και οφείλουν να έρθουν ακόμα πιο κοντά».