



Marketing... Rules!

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

Δημήτρης Γκανέτσος,
Head of Marketing, Snappi

Learn-Unlearn-Relearn

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2025 είναι... πρώτον, η ισορροπία ανάμεσα στην καινοτομία που φέρνει το ΑΙ και τη διατήρηση της αυθεντικότητας και, δεύτερον, η ανάγκη για Better Marketing. Η ανάγκη να «χτίσουμε» και να βοηθήσουμε τα Brands μας να αναπτυχθούν, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την ευημερία των μελλοντικών γενεών και του πλανήτη. Η βιωσιμότητα και η διαφορετικότητα, η ειλικρίνεια, ο σεβασμός και η ευθύνη πρέπει να γίνουν δεσμεύσεις των Brands και όχι απλώς μεμονωμένες ενέργειες.

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... να πάσουμε να έχουμε ως αυτοσκοπό απλώς να τους πείσουμε, αλλά να προσπαθούμε να τους αγγίζουμε πραγματικά, λαμβάνοντας υπόψη τις δικές τους ανάγκες και τον τρόπο ζωής τους. Η κάθε μορφής διαφήμιση πρέπει να δημιουργεί impact, να γίνεται ο κινητήριος μοχλός της σύνδεσης με τους καταναλωτές σε συναισθηματικό επίπεδο, προσφέροντας αυθεντικότητα και αναγνωρίζοντας τις αξίες τους.

Η δημιουργικότητα είναι η υπερδύναμη του marketing γιατί... βοηθά στη δημιουργία μίας δυνατής σχέσης με τον καταναλωτή, συνδέεται άμεσα με τις συναισθηματικές του ανάγκες και, σε συνδυασμό με τη σωστή χρήση data & insights, επιδρά στο μακροπρόθεσμο growth του Brand.

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies είναι... ευελιξία, αποτελεσματικότητα, τεχνολογική εξειδίκευση, χρήση data και μια αυθεντική προσέγγιση στη δημιουργία περιεχομένου. Επίσης, είναι σημαντικό το agency να κατανοεί τις ανάγκες του Brand, τους επιχειρηματικούς στόχους και τις εσωτερικές δυναμικές του κάθε οργανισμού.

Βλέπω το ΑΙ ως... ένα εργαλείο που ενισχύει την αποτελεσματικότητα, το personalization και την ταχύτητα στο marketing. Παράλληλα όμως, είναι μια πρόκληση για τη διατήρηση της ενσυναίσθησης στη δημιουργία. Είναι στο χέρι του σύγχρονου marketer να συνδυάζει το ΑΙ με τη συναισθηματική νοημοσύνη που απαιτείται για την αληθινή σύνδεση με τους καταναλωτές.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... «Learn-Unlearn-Relearn». Στο σύγχρονο marketing και σε έναν κόσμο που αλλάζει ραγδαία, η ευελιξία, η προσαρμοστικότητα, η δημιουργικότητα και η συνεχής εκπαίδευση, είναι οι μεγαλύτερες δυνάμεις.

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



PUBLIC RELATIONS

Στην Gravity The Newtons το brand PR των Alfa, Amstel και Fischer

Στην Gravity The Newtons ανέθεσε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία το brand PR των Alfa, Amstel και Fischer. Σύμφωνα με πληροφορίες του DailyFax, η νέα συνεργασία προέκυψε κατόπιν spec.

MEDIA

Ο Henning Tewes, νέος Διευθύνων Σύμβουλος στον όμιλο Antenna

Τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου στον όμιλο Antenna ανέλαβε ο Henning Tewes, από την 1^η Ιανουαρίου 2025. Στο πλαίσιο του νέου του ρόλου, θα επιβλέπει όλες τις δραστηριότητες των εταιρειών του ομίλου, οι οποίες συμπεριλαμβάνουν την τηλεόραση (ελεύθερη και συνδρομητική), υπηρεσίες streaming, αίθουσες κινηματογράφου, εκδόσεις, ψηφιακά μέσα, ηλεκτρονικό εμπόριο, ραδιόφωνο και μουσική. Πριν ενταχθεί στον Antenna, ήταν υψηλόβαθμο στέλεχος του ομίλου RTL, όπου είχε ηγηθεί διαφόρων εταιρειών και διευθύνσεων. Η πολυετής εμπειρία του αναμένεται να ενισχύσει την παρουσία του Antenna στις χώρες όπου δραστηριοποιείται. Ο Henning Tewes θα συνεργαστεί με το Advisory Board του ομίλου.

MARKETING

Νέοι ρόλοι για τους Παν. Γαβριλίδη & Δημ. Μιχαλάκη στον όμιλο ΟΤΕ

Σε οργανωτικές αλλαγές από την 1^η Ιανουαρίου 2025 προχωρά ο όμιλος ΟΤΕ, οι οποίες αφορούν και τα τμήματα marketing και επικοινωνίας του ομίλου. Πιο συγκεκριμένα, ο Παναγιώτης Γαβριλίδης, μέχρι πρότινος Chief Marketing Officer Consumer Segment, αναλαμβάνει διευρυμένες αρμοδιότητες ως Chief Commercial Officer Consumer Segment του ομίλου ΟΤΕ. Στον νέο του ρόλο, θα διατηρήσει τις υφιστάμενες ευθύνες του, ενώ θα είναι υπεύθυνος και για τις εμπορικές δραστηριότητες της Cosmote TV, της Cosmote Payments και της ΟΤΕ Ασφάλισις. Ο Δημήτρης Μιχαλάκης αναλαμβάνει διευρυμένες αρμοδιότητες ως Executive Director Corporate Communications, Sustainability & Channel Productions και μέλος της διοικητικής ομάδας του ομίλου ΟΤΕ, με άμεση αναφορά στον Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο του ομίλου. Μεταξύ άλλων, ο Δημήτρης Μιχαλάκης θα είναι υπεύθυνος για θέματα Media Relations, Corporate Affairs, Internal Communications και ESG, ενώ διατηρεί την ευθύνη για την παραγωγή περιεχομένου αναφορικά με τα Channel Productions και τα Broadcasting Operations. Από την εταιρεία αποχώρησε η Ντέννη Τζιμέα, Executive Director Εταιρικής Επικοινωνίας & Βιώσιμης Ανάπτυξης ομίλου ΟΤΕ, στο τέλος Δεκεμβρίου 2024.