



Marketing... Rules!

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

Σοφία Παυλίδου,
Head of Marketing, Septona.

Σε ένα αληθινό consumer insight...

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2025 είναι... να καταφέρουν να προσαρμοστούν πολύ γρήγορα στις νέες πλατφόρμες και τεχνολογίες προκειμένου να είναι ανταγωνιστικά και μέσα από την χρήση των data analytics να προσφέρουν tailor made εμπειρίες που ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των καταναλωτών.

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... συνυφασμένες με θέματα βιωσιμότητας, διαφορετικότητας και αυθεντικότητας. Οι καταναλωτές πλέον ενδιαφέρονται για προϊόντα που είναι φιλικά στο περιβάλλον, που εφαρμόζουν βιώσιμες πρακτικές. Επιπλέον, ιδιαίτερα η gen Z, εκτιμούν τα brands που προωθούν τη διαφορετικότητα και τη συμπερίληψη. Και, ασφαλώς, εξακολουθούν να αναζητούν προϊόντα που είναι αυθεντικά, πιστά στις αξίες τους και σχεδιασμένα για να ταιριάζουν στις μοναδικές τους προτιμήσεις.

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... να είναι ειλικρινής και να στηρίζεται σε ένα αληθινό consumer insight. Το μίνιμά της πρέπει να είναι προσαρμοσμένο στις ανάγκες τους, προκειμένου να συνδεθούν με το brand. Μια επικοινωνία πραγματικά δημιουργική και πρωτότυπη είναι αυτή που, όχι μόνο θα τους τραβήξει την προσοχή, αλλά κυρίως θα τη διατηρήσει.

Το marketing έχει τη δύναμη να... επηρεάσει καταναλωτικές συνήθειες, αλλά και να προωθήσει κοινωνικά ζητήματα ενθαρρύνοντας, μέσα από τα κατάλληλα μηνύματα, υπεύθυνες συμπεριφορές.

Η μεγαλύτερη πρόκληση σήμερα στο marketing είναι... να μπορέσει ένα brand να τραβήξει την προσοχή των καταναλωτών μέσα στον βομβαρδισμό μηνυμάτων που δέχονται καθημερινά. Ο χώρος μας έχει υπερκορεστεί, οπότε η πρόκληση δεν είναι απλά να προσελκύσεις την προσοχή, αλλά να την διατηρήσεις. Αυτό απαιτεί ευελιξία, καινοτομία και βαθιά κατανόηση των αναγκών των καταναλωτών.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... η υψηλή ψηφιακή εξειδίκευση. Δεν απαιτείται μόνο η γνώση χρήσης των ψηφιακών εργαλείων, αλλά κυρίως η ερμηνεία των δεδομένων. Μέσα από την ανάλυση κατανοούμε καλύτερα τις ανάγκες του καταναλωτή, την αγοραστική του συμπεριφορά, τα σωστά touchpoints του consumer journey. Τέλος, σήμερα περισσότερο από ποτέ, ο marketer πρέπει να σκέφτεται out of the box, να είναι ευέλικτος και να προσαρμόζεται γρήγορα στα νέα δεδομένα.

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



ADVERTISING

Η Φαίη Αποστολίδου CEO της BBDO

Η Φαίη Αποστολίδου αναλαμβάνει το ρόλο της CEO στην BBDO διαδεχόμενη τον Τάσο Πράσινο, που διατηρεί το ρόλο του Προέδρου του ομίλου. Στέλεχος με σημαντική πορεία και προσφορά στο χώρο της επικοινωνίας, η Φαίη Αποστολίδου κατείχε μέχρι σήμερα στην εταιρία τη θέση της Chief Operations Officer. Ο Πρόεδρος του BBDO Group, Τάσος Πράσιнос, δήλωσε σχετικά: «Η προσφορά της Φαίης στην εταιρεία είναι γνωστή και αναγνωρίζεται απ' όλους μας. Οι διοικητικές της ικανότητες, η βαθιά γνώση και η μεγάλη εμπειρία της, οι σχέσεις εμπιστοσύνης με τους πελάτες και συνεργάτες και η ευθυκρίσια της, την καθιστούν το ιδανικό πρόσωπο να ηγηθεί της BBDO τα επόμενα χρόνια. Το οικοσύστημα της επικοινωνίας διέρχεται βαθιές τομές και μεγάλες αλλαγές. Οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις, η τεχνητή νοημοσύνη και οι νέες δυνατότητες διαχείρισης και αξιοποίησης τεράστιων όγκων δεδομένων, οδηγούν σε επανεκτίμηση στρατηγικών, επαναπροσδιορισμό προτεραιοτήτων, επαναξιολόγηση αναγκών και διαφοροποίηση σχημάτων και δομών σε όλο το φάσμα της αγοράς της επικοινωνίας. Το μέλλον αναμένεται να είναι συναρπαστικό και εμείς στην BBDO και στην Omnicom προετοιμαζόμαστε να αντιμετωπίσουμε με τον καλύτερο τρόπο τις προκλήσεις που αυτό επιφυλάσσει, προς όφελος των πελατών και των συνεργατών μας».

ADVERTISING

Στη VML ο creative λογαριασμός της μπίρας Νήσος

Η VML αναδείχθηκε νικήτρια του spec για τον creative λογαριασμό της μπίρας Νήσος, που αφορά σε διάφορα κανάλια επικοινωνίας. Η Νήσος είναι «μια πολυβραβευμένη ελληνική μπίρα, γεννημένη το 2012 στην καρδιά των Κυκλάδων, την Τήνο, αποτελώντας σήμερα μια από τις πιο γνωστές και ποιοτικές επιλογές στην κατηγορία της», όπως επισημαίνεται στην ανακοίνωση του agency.

MEDIA

Ιδρύθηκε η Ελληνική Ραδιοφωνική Εκδοτική ΑΕ

Ιδρύθηκε η «Ελληνική Ραδιοφωνική Εκδοτική Α.Ε.», με έδρα το Μαρούσι και αρχικό μετοχικό κεφάλαιο 30.000 ευρώ. Στις δραστηριότητες της Ελληνικής Ραδιοφωνικής Εκδοτικής ΑΕ συμπεριλαμβάνονται οι Βασικές Υπηρεσίες Διαδικτύου, όπως επίσης Παραγωγή Πρωτότυπων Ραδιοφωνικής Εκπομπής, Παραγωγή Πρωτότυπων Ραδιοφωνικού Προγράμματος, Πώληση Διαφημιστικού Χώρου ή Χρόνου στην Τηλεόραση και το Ραδιόφωνο με Αμοιβή ή βάσει Σύμβασης, Υπηρεσίες Έρευνας στις Επικοινωνίες, κ.ά. Το πρώτο Διοικητικό Συμβούλιο απαρτίζεται από τους Κωνσταντίνο Φωτόπουλο (Πρόεδρο & Διευθύνοντα Σύμβουλο), Ελένη Τσακίρη και Στυλιανό Νικόλαο Μιχαλόπουλο.