



Marketing... Rules!

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

Σίσσυ Ηλιοπούλου, Chief Marketing
Officer, Lamda Development

Μίλα λιγότερο! Επίδρασε περισσότερο!

Better Marketing σημαίνει... στρατηγική που ξεκινά από την κατανόηση. Των δεδομένων και των ανθρώπων πίσω από αυτά. Είναι η ικανότητα να βλέπεις πέρα από την επικοινωνία και να τοποθετείς το brand σου με ρόλο, σκοπό και συνάφεια σε μια κοινωνία που εξελίσσεται συνεχώς, δεδομένου ότι οι καταναλωτές σήμερα ενδιαφέρονται και για τη συναισθηματική και ηθική σύνδεση με τις μάρκες. Δεν αφορά το «πώς θα τραβήξεις προσοχή», αλλά το πώς θα την κερδίσεις με ουσία και αυθεντικότητα, δημιουργώντας μάρκες με ξεκάθαρη θέση και θετική επίδραση.

Η μεγαλύτερη πρόκληση σήμερα στο marketing είναι... να λειτουργεί με ταχύτητα, χωρίς να χάνει την ακρίβεια. Να απαντά σε βραχυπρόθεσμες ανάγκες, αλλά να διατηρεί τη μακροπρόθεσμη στρατηγική. Η πρόκληση δεν είναι να είσαι παρών σε όλες τις πλατφόρμες, αλλά να έχεις σαφή λόγο που είσαι εκεί και να επιλέγεις τι αξίζει να ειπωθεί και πώς.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... στρατηγική σκέψη, ενουναίσθηση, ευελιξία, δημιουργική σκέψη με επιχειρηματική κατανόηση.

Το marketing μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στο θέμα της βιωσιμότητας γιατί... έχει τη δυνατότητα να μετατρέψει τη βιωσιμότητα από στρατηγική πρόθεση σε καθημερινή επιλογή για επιχειρήσεις και καταναλωτές, να απλοποιήσει τις σύνθετες έννοιες, να εξηγήσει την αξία της βιωσιμότητας και να εμπνεύσει το κοινό σε μια νέα αντίληψη.

Οι βασικοί πυλώνες μιας επιτυχημένης PR καμπάνιας είναι... σαφές αφήγημα, αξιοπιστία, συνάφεια, συναισθηματική σύνδεση.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται... σε μια μόνο φράση: «Μίλα λιγότερο. Επίδρασε περισσότερο». Στη σύγχρονη στρατηγική επικοινωνίας, αυτό που μετρά δεν είναι ο όγκος του λόγου, αλλά η ουσία του μηνύματος και, κυρίως, η επίδραση που αφήνει. Για μένα, το marketing είναι μια τέχνη στρατηγικής καθαρότητας και σεβασμού. Δεν είναι απλώς εργαλείο για να πετύχεις πωλήσεις, αλλά μέσο για να διαμορφώσεις σχέσεις και να δημιουργήσεις αξία που αντέχει στον χρόνο. Η ευθύνη του marketer είναι να επηρεάσει θετικά την κοινωνία, να ενδυναμώσει τις κοινότητες και να χτίσει γέφυρες εμπιστοσύνης μέσα από αυθεντικές πράξεις. Όπως λέει ο Seth Godin «To marketing δεν αφορά πια τα προϊόντα που φτιάχνεις, αλλά τις ιστορίες που λες».

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



ADVERTISING

Στη Max Greece επιστρέφει η Καραμολέγκος για το σύνολο των brands

Τη διαχείριση του συνολικού media λογαριασμού της αρτοβιομηχανίας Καραμολέγκος αναλαμβάνει η Max Greece, σε συνέχεια κλειστού spec. Πλέον, η Max Greece είναι υπεύθυνη για τη διαχείριση του συνολικού προϋπολογισμού χαρτοφυλακίου του πελάτη, στο οποίο, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνονται τα brands Καραμολέγκος, Κατσέλης, Carré, Nutree, η αλυσίδα Απολλώνιον κ.ά. Η συνεργασία των δύο εταιρειών στοχεύει στην ανάπτυξη και εκτέλεση ενός ολοκληρωμένου διαφημιστικού πλάνου στα media, το οποίο θα προωθήσει τα προϊόντα Καραμολέγκος, Κατσέλης και Nutree στην αγορά. Η διαφημιστική εκστρατεία αξιοποιεί καινοτόμες στρατηγικές με σκοπό την περαιτέρω ενίσχυση του brand performance των μαρκών της εταιρείας.

ADVERTISING

Η Publicom Burson Athens νικήτρια του spec της Nef-Nef

Στην Publicom Burson Athens ανέθεσε η εταιρεία Nef-Nef AE, μετά από τη διενέργεια σχετικού spec, τον διαφημιστικό λογαριασμό του brand «Nef-Nef Homeware». Συγκεκριμένα, η Publicom Burson Athens αναλαμβάνει τον στρατηγικό σχεδιασμό και την υλοποίηση της διαφημιστικής επικοινωνίας και των τακτικών ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων για το brand Nef-Nef Homeware, το οποίο «αποτελεί ηγέτη στην κατηγορία των λευκών ειδών και της οικιακής διακόσμησης στην Ελλάδα», όπως επισημαίνεται. Η νέα συνεργασία ξεκινά με το λανσάρισμα της νέας συλλογής της Nef-Nef Homeware Spring-Summer 2025 που βασίζεται στον στρατηγικό σχεδιασμό και στην υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης above-the-line επικοινωνίας, η οποία θα παρουσιαστεί επίσημα εντός Μαΐου και θα περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, και τη διαχείριση Γραφείου Τύπου.

MARKETING

Η Cosmote γίνεται Cosmote Telekom

Η Cosmote ενώνει τις δυνάμεις της με την Telekom και μαζί δημιουργούν την Cosmote Telekom. Η ένωση δυνάμεων των δύο μαρκών κάνει πιο γνωστό στο ελληνικό κοινό και το χρώμα Magenta, που αποτελεί ταυτότητα του Telekom brand παγκοσμίως. Η νέα εμπορική μάρκα Cosmote Telekom συνοδεύεται από την υπογραφή «Συνδέουμε τον κόσμο σου». Η νέα υπογραφή ευθυγραμμίζεται με το παγκόσμιο brand claim της Telekom, «Connecting your world». «Με την ένταξη μας στο οικοσύστημα του παγκόσμιου brand Telekom, εδραιώσαμε τη θέση μας ως μέλος ενός παγκόσμιου τηλεπικοινωνιακού ομίλου», δήλωσε ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος ομίλου OTE, Κώστας Νεμής.