

Marketing... Rules!

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

Μαριαλένα Λημναίου,
Marketing Director, Melissa-Kikizas SA



Ο πιο δυνατός «influencer»

Η μεγαλύτερη πρόκληση για τους marketers σήμερα... έγκειται στο να συνδυάσουμε και να ερμηνεύσουμε τις άπειρες πληροφορίες που προσφέρουν οι μηχανές και τα ρομπότ, χωρίς να ξεχνάμε ότι μιλάμε σε ανθρώπους και καρδιές. Τείνουμε να βυθιζόμαστε στην πληροφορία και στις αναλύσεις και να αφιερώνουμε πολύ μεγάλο μέρος των resources μας σε αυτά, τα οποία όντως είναι εξαιρετικά σημαντικά. Δεν πρέπει να ξεχνάμε όμως τη σπουδαιότητα που έχουν τα «ανθρώπινα» χαρακτηριστικά της εμπειρίας και της διαίσθησης όταν μιλάμε για προβλέψεις, καθώς επίσης τον σπουδαίο ρόλο του συναισθήματος όταν μιλάμε για επικοινωνία των μαρκών και σημεία σύνδεσης με τον καταναλωτή.

Καλό brief σημαίνει... να έχεις ορίσει σαφώς τους στόχους σου και το «how» μέχρι το σημείο που σε αφορά, αφήνοντας όλη την ελευθερία και την έμπνευση στους experts να χτίσουν πάνω στα δεδομένα και να τα εξελίσσουν σε insights, ιδέες, πλάνα.

Η δημιουργικότητα είναι η υπερδύναμη του marketing γιατί... στη σημερινή εποχή των άπειρων ευκαιριών, ιδεών και προοπτικών, θα προχωρούν μπροστά τα ανήσυχα brands που αξιοποιούν τα ερεθίσματα με έναν δικό τους, διαφορετικό, δημιουργικό τρόπο.

Η θετική εμπειρία του καταναλωτή από το brand είναι... ο πιο δυνατός «influencer», που θα τον οδηγήσει στο επόμενο transaction. Δεν υπάρχει πιο effective όχημα να χτίσουμε repeat purchase και loyalty, από μια εμπειρία του καταναλωτή μας με το brand, που αξίζει.

Βλέπω τα Retail Media ως... μία εξαιρετική ευκαιρία να εμπλουτίσουμε τη σχέση μας με προμηθευτές και λιανεμπόριο, με κοινό στόχο την επικοινωνία στον καταναλωτή πέρα από τα όρια του shopper. Η αύξηση της συχνότητας επισκέψεων στα καταστήματα λιανικής τα καθιστά ένα ολοένα και πιο ελκυστικό touchpoint για τους marketers, ώστε να μιλήσουμε με κώδικες brand communication πλέον, μέσα στον ίδιο χώρο όπου πωλούνται τα προϊόντα μας.

Better Marketing σημαίνει... να επαναπροσδιορίσουμε το κοινό μας από «καταναλωτές» σε «ανθρώπους». Αυτό από μόνο του θα μας οδηγήσει σε μια πιο ολιστική, υπεύθυνη, αληθινή και εμπειρική προσέγγιση του marketing funnel, εξελίσσοντας τα brands σε ambassadors ενός καλύτερου «αύριου».

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



MARKETING

Στη White & Purple Joint Venture η επικοινωνία του ΔΕΣΦΑ

Η White & Purple Joint Venture, που συνενώνει τη δυναμική της White advertising & digital marketing agency και της Purple events & PR, ανέλαβε – μετά από διαγωνιστική διαδικασία – το σύνολο της επικοινωνίας και των εταιρικών εκδηλώσεων του ΔΕΣΦΑ (Διαχειριστή του Εθνικού Συστήματος Φυσικού Αερίου). Το έργο περιλαμβάνει τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου πλάνου επικοινωνίας, με σκοπό να αναδειχθεί ο καθοριστικός ρόλος του ΔΕΣΦΑ στην ενεργειακή μετάβαση, μέσα από δράσεις που ενισχύουν τη βιωσιμότητα, την καινοτομία, την εφοδιαστική ασφάλεια και τη διεθνή διασυνδεσιμότητα. Η White & Purple Joint Venture επισημαίνει ότι η συνεργασία αυτή αποτελεί ιδιαίτερη τιμή και πρόκληση, καθώς συνδέεται με έναν οργανισμό που βρίσκεται στο επίκεντρο της ενεργειακής στρατηγικής της χώρας και διαμορφώνει προοπτικές πέρα από τα ελληνικά σύνορα.

DIGITAL MARKETING

Η Relevance, finalist στα Google Ads Impact Awards 2025

Η Relevance αναδείχθηκε finalist στα Google Ads Impact Awards 2025, στην κατηγορία Data Innovation, συνεχίζοντας τη σταθερή πορεία διακρίσεων σε βραβεία της Google. Η διάκριση αυτή αφορά τη σταθερή δέσμευσή της εταιρείας στη στρατηγική αξιοποίηση δεδομένων, σε αυστηρά frameworks αξιολόγησης και σε AI-powered solutions που μεταφράζονται σε μετρήσιμα επιχειρηματικά αποτελέσματα. Η συμμετοχή της Relevance στα Google Ads Impact Awards συγκεντρώνει καμπάνιες που υλοποιήθηκαν μέσα στο έτος, με έμφαση στην στρατηγική αξιοποίηση δεδομένων και την επεξεργασία τους με machine learning αλγόριθμους, μετατρέποντας έτσι το AI-powered media activation σε ουσιαστικό επιχειρηματικό αποτέλεσμα.

MARKETING

Ο Γιάννης Καμηλάκης στην Kiko Milano

Στην οικογένεια της Kiko Milano εντάχθηκε ο Γιάννης Καμηλάκης, αναλαμβάνοντας τη θέση του Marketing Director GR, CY, BG, RO, CZ. Ο ίδιος προέρχεται από τα Public, όπου τα τελευταία τρία χρόνια εκτελούσε καθήκοντα Marketing Director, ενώ η επαγγελματική του εμπειρία περιλαμβάνει επίσης θέσεις στις Cosmos Sport SA, Apivita SA κ.ά. «Ευχαριστώ θερμά την οικογένεια του Fais Group για την εμπιστοσύνη και τη θερμή υποδοχή. Είμαι ενθουσιασμένος για όλα όσα έρχονται!», ανέφερε ο Γιάννης Καμηλάκης σε σχετικό LinkedIn post.