



Marketing... Rules!

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

Νίκος Κακούλης, Marketing @ Corporate
Communications Director, Eurolife FFH

Πιο «curious» και λιγότερο «certain»...

Αυτό που άλλαξε σημαντικά τον τρόπο δουλειάς μου τα τελευταία χρόνια είναι... η ανάγκη να είμαι πιο «curious» και λιγότερο «certain». Οι σταθερές εξαφανίστηκαν - και στη θέση τους ήρθε η ευελιξία, η μάθηση, η συνεργασία με ανθρώπους που σκέφτονται αλλιώς. Ο ρόλος μου έγινε πιο ανθρώπινος και πιο στρατηγικός ταυτόχρονα. Έμαθα να διαχειρίζομαι την αβεβαιότητα με σχέδιο και να προσαρμόζω την επικοινωνία γρήγορα χωρίς να χάνω την ουσία.

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2025 ήταν... να μείνουν ανθρώπινα σε έναν κόσμο που γίνεται όλο και πιο τεχνολογικά αυτόματος. Να συνδυάσουν τα data με τη διαίσθηση και την απόδοση με το νόημα. Η πρόκληση δεν είναι πια να ακουστούν - είναι να αξίζουν να τα ακούσουν. Πρέπει να επενδύσουν σε σχέσεις εμπιστοσύνης, όχι μόνο σε τεχνολογικά stacks και να αποδείξουν συνεπή αξία μακροπρόθεσμα.

Το μοντέλο συνεργασίας clients-agencies αλλάζει επειδώς... η ταχύτητα και η πολυπλοκότητα απαιτούν λιγότερο «briefing» και περισσότερο «co-creation». Δεν υπάρχει πια «εμείς κι αυτοί» - υπάρχει κοινή αποστολή. Οι οργανισμοί κάνουν agile projects, μικρές ομάδες δουλεύουν μαζί και οι αποφάσεις παίρνονται σε real time, με σαφή κριτήρια απόδοσης και νόημα.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... ενσυναίσθηση, περιέργεια, πολιτισμική ευφυΐα και στρατηγική φαντασία. Να συνδυάζει τα data με το συναίσθημα και την ανάλυση με την αφήγηση. Ο καλός marketer του αύριο θα είναι περισσότερο ανθρωπολόγος παρά αναλυτής. Θα μάθει να μεταφράζει insights σε εμπειρίες που έχουν νόημα και διάρκεια.

Το marketing effectiveness εξαρτάται από... τη συνέπεια στο «why» και την τόλμη στο «how». Αν δεν έχεις σαφή σκοπό, κανένα KPI δεν σε σώζει. Αν δεν τολμάς, καμία στρατηγική δεν σε ξεχωρίζει. Επιπλέον, χρειάζεται σωστή μέτρηση της πραγματικής επίδρασης στην εμπειρία του πελάτη - όχι μόνο vanity metrics.

Βλέπω το AI ως... έναν καταπληκτικό βοηθό και έναν επικίνδυνο αφέντη. Θα αλλάξει τα πάντα, αλλά όχι την ανάγκη για ανθρώπινη κρίση και γούστο. Η δημιουργικότητα χρειάζεται μηχανές - αλλά καθοδηγούμενες από ανθρώπους με ψυχή. Πρέπει να εκπαιδεύσουμε τα συστήματα με ηθική και να διατηρήσουμε ευθύνη για τις αποφάσεις.

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

Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος
Hellenic Advertisers Association

MARKETING

Η Μάγδα Πανουργιά ιδρύει τη Yuzu Communication

Η Yuzu κάνει την εμφάνισή της στον χώρο της επικοινωνίας. Επικεφαλής και βασική μέτοχος του σχήματος είναι η Μάγδα Πανουργιά, επαγγελματίας με πολυετή εμπειρία στον χώρο της επικοινωνίας και της εταιρικής προβολής. Με υπηρεσίες που εκτείνονται από οργάνωση και παραγωγή events και δημόσιες σχέσεις, μέχρι crisis management και brand storytelling, η εταιρεία στοχεύει να γίνει ένας αξιόπιστος συνεργάτης για brands και οργανισμούς. «Στη Yuzu εξειδικευόμαστε στη στρατηγική επικοινωνία, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση καινοτόμων εκδηλώσεων, καθώς και στην αφήγηση ιστοριών που ενισχύουν τη σύνδεση ανάμεσα σε brands και στο κοινό τους. Δεν παρέχουμε απλώς υπηρεσίες - χτίζουμε βιωματικές εμπειρίες που αναδεικνύουν τη μοναδικότητα κάθε πελάτη», δηλώνει η Μάγδα Πανουργιά.

MARKETING

Η Πόνη Ασλανίδου Γενική Διευθύντρια Marketing της Metro AEBE

Η Πόνη Ασλανίδου αναλαμβάνει τη θέση της Γενικής Διευθύντριας Marketing της Metro AEBE για τα brands My Market και Metro Cash & Carry. Διαθέτει μακρά πορεία στον χώρο του Μάρκετινγκ και της Επικοινωνίας, και στο παρελθόν έχει εργαστεί σε διαφημιστικές εταιρείες, στον ΟΠΑΠ, στη Watt & Wolt και ως special strategic marketing partner της Εθνικής Τράπεζας. Το τελευταίο διάστημα ήταν Executive Marketing Director της Nova. Είναι απόφοιτος του American College of Greece - Deree College και κάτοχος Master of Science in New Media and Information Systems από το London School of Economics and Political Science.

MARKETING

Το ΕΙΕΠ εντάσσεται στο European Customer Contact Alliance (ECCA)

Το Ελληνικό Ινστιτούτο Εξυπηρέτησης Πελατών (ΕΙΕΠ) ξεκινά συνεργασία με το European Customer Contact Alliance (ECCA), ως επίσημος Association Partner, με εκπρόσωπο την Τάνια Πανταζή, Ταμία ΔΣ ΕΙΕΠ και Customer Care & Contact Center Business Development Director, ομίλου OTE / Cosmote eValue. Μέσα από αυτή τη συνεργασία, το ΕΙΕΠ εντάσσεται σε ένα διεθνές δίκτυο ανταλλαγής γνώσης και βέλτιστων πρακτικών, αποκτά πρόσβαση σε ευρωπαϊκές έρευνες, τάσεις και καινοτομίες στον τομέα της εξυπηρέτησης πελατών, διευρύνει τις δυνατότητες συνεργασίας με οργανισμούς και επαγγελματίες από όλη την Ευρώπη και συμμετέχει σε στρατηγικές πρωτοβουλίες και δράσεις που αφορούν τον κλάδο του Customer Experience σε μεγάλες αγορές, όπως η Αγγλία, η Γαλλία, η Γερμανία, η Ιταλία και πολλές ακόμη — ενισχύοντας ουσιαστικά τη φωνή και την παρουσία της Ελλάδας στο ευρωπαϊκό οικοσύστημα CX.