

BETTER MARKETING

Force for good και force for growth - με αποδείξεις!



Η στήλη Business Good News αποτελεί συνεργασία της Direction Business Network με το Σύνδεσμο Διαφημιζομένων Ελλάδος και δημοσιεύεται σε εβδομαδιαία βάση στα newsletters Business Today και Retail Today. Στόχος της πρωτοβουλίας είναι να αναδεικνύονται ειδήσεις με θετικό και αισιόδοξο πρόσημο από την εγχώρια και διεθνή πραγματικότητα.

Ένας χρόνος πέρασε από το **1ο Better Marketing Conference** που είχε διοργανώσει ο **Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος** και ευκαιρία είναι να δούμε πραγματικά cases που δείχνουν ότι το Better Marketing δεν είναι μια όμορφη θεωρία αλλά μια πρακτική που όχι μόνο κάνει καλό στην κοινωνία και το περιβάλλον, αλλά ταυτόχρονα φέρνει ανάπτυξη στα brands. Force for good και, απολύτως τεκμηριωμένα, force for growth. Το marketing είχε και έχει μερίδιο ευθύνης σε όσα δεν λειτουργούν σωστά στη «σχέση» επιχειρήσεων, κοινωνίας και περιβάλλοντος - από το κυνήγι του βραχυπρόθεσμου κέρδους, μέχρι την αναπαραγωγή στερεοτύπων και την τόνωση ενός υπερκαταναλωτισμού που δεν μας κάνει καλύτερους. Αν κάτι πρέπει να αλλάξει, είναι πρώτα αυτή η σχέση. Και το Better Marketing αποτελεί την πιο ρεαλιστική και πρακτική απάντηση όπως αποτυπώνουν και τα παρακάτω στοιχεία.

1. Δημιουργικότητα που αποδίδει

Ο ΣΔΕ και η ΕΔΕΕ είχαν εντοπίσει στην έρευνα «Η διαφήμιση σήμερα μέσα από τα μάτια του κοινού» ότι 6 στις 10 διαφημίσεις θεωρούνται βαρετές ή εκνευριστικές. Το κόστος της αδιαφορίας είναι τεράστιο. Μόνο σε Αμερική και Αγγλία, 68 δισ. δολάρια ξοδεύτηκαν τα τελευταία πέντε χρόνια σε τηλεοπτικά spots που δεν άγγιξαν το συναίσθημα των τηλεθεατών. Και όσο για το attention; Κατά 70% επηρεάζεται από το δημιουργικό. Το media placement παίζει ρόλο, αλλά δεν μπορεί να «σώσει» μια ιδέα χωρίς ψυχή. Το Better Marketing λέει το αυτονόητο: η δημιουργικότητα δεν είναι κάτι nice to have, είναι το βασικό εργαλείο αύξησης αποτελεσματικότητας και μείωσης κόστους.

2. Βιωσιμότητα που έχει αποτέλεσμα

Το Sustainable Marketing δεν είναι άλλο ένα trend. Είναι η λογική ότι μπο-

ρείς να δημιουργείς κέρδη, φέρνοντας λύσεις σε προβλήματα και ανάγκες των ανθρώπων και του πλανήτη και όχι λειτουργώντας σε βάρος τους. Το παράδειγμα των Ariel Pods, που μειώνουν την κατανάλωση ρεύματος και το ενεργειακό αποτύπωμα της κάθε πλύσης, απλώς επειδή λειτουργούν αποτελεσματικά στους 30 βαθμούς, το αποδεικνύει. Υπάρχει λύση όταν υπάρχει πρόθεση και καινοτομία.

3. DEI: ο πιο υποτιμημένος growth driver

Η συμπερίληψη δεν είναι -μόνο- κοινωνικό καθήκον. Είναι στρατηγική ανάπτυξης. Η αγοραστική δύναμη των ανθρώπων με κάποια μορφή αναπηρίας, μαζί με τις οικογένειες και τους φροντιστές τους, φτάνει τα 13 τρισ. δολάρια παγκοσμίως. Οι επιχειρήσεις που θεωρούνται Disability Champions καταγράφουν 28% υψηλότερα έσοδα και υπερδιπλάσια καθαρά κέρδη. Όπως το έθεσε ο Marc Pritchard της P&G, «πάνω από το μισό της ανάπτυξής μας προέρχεται από τη συμπερίληψη κοινού που μέχρι χτες ήταν αποκλεισμένο». Και όμως, στην Ελλάδα, 805k άνθρωποι με προβλήματα ακοής και 720k με προβλήματα όρασης, δεν μπορούσαν μέχρι πρόσφατα ούτε να δουν ούτε να ακούσουν τις διαφημίσεις των brands, γιατί δεν είχαν closed captions ή audio description.

4. Υπεύθυνα media και μικρότερο αποτύπωμα

Η διαφήμιση προσθέτει 27% στο carbon footprint κάθε ανθρώπου. Η συμμετοχή του digital σε αυτό είναι τεράστια. Η L'Oréal πέτυχε, σε καμπάνιες που μετρήθηκαν, να μειώσει τα CO₂ emissions κατά 25%, απλώς μειώνοντας τη διάρκεια και τον όγκο των assets της και χωρίς καμιά απώλεια στην απόδοση των καμπανιών της.

5. AI με κανόνες

Με 100% των global marketers να

χρησιμοποιούν ήδη AI στο marketing, ο κίνδυνος παραβίασης πνευματικών δικαιωμάτων είναι κάτι παραπάνω από μεγάλος. Το governance δεν είναι πολυτέλεια, είναι η ασπίδα των brands απέναντι σε legal, ethical και reputational ρίσκα και πρόστιμα.

6. Better Influencer Marketing

Ο ΣΔΕ, με πίστη στην αυτοδέσμευση και τη διαφάνεια, έχει προχωρήσει σε συνεργασία με το ΣΕΕ και την ΕΔΕΕ, σε σημαντικές κινήσεις αυτορρύθμισης του δυναμικού αυτού Μέσου: #ad υποχρεωτικά και disclosure πολύ επεξεργασμένων εικόνων. Το IMST, το νέο πρόγραμμα εκπαίδευσης και πιστοποίησης influencers που λάνσαρε στην Ελλάδα το ΣΕΕ με τη θεσμική υποστήριξη του ΣΔΕ, εταιρειών-μελών του, της ΕΔΕΕ και άλλων stakeholders, είναι το πιο πρόσφατο και πιο ώριμο βήμα που έχει γίνει στη χώρα μας για Better Influencer Marketing και πιο υπεύθυνη creator economy.

Το καλύτερο timing

Το Better Marketing ξεκίνησε ως όραμα του ΣΔΕ και έγινε συνέδριο και Session. Σήμερα είναι ένα κίνημα με ορμή, δομή, πολλαπλά κοινά, ολοένα περισσότερους πυλώνες και το κυριότερο, αποδείξεις. Έχει ήδη συναντήσει τους αυριανούς marketers στο ΟΠΑ, στο ΠΑΠΕΙ, στο ΕΚΠΑ και στο ClickBiz και «η πόρτα του ΣΔΕ είναι πάντα ανοιχτή». Και αυτό ίσως είναι το σημαντικότερο. Δεν υπάρχει καλύτερο timing για να ξαναχτιστεί το marketing ως δύναμη αλλαγής και εξέλιξης. Όχι μόνο επειδή αυτό χρειάζεται η κοινωνία, αλλά επειδή αυτό αποδίδει. Force for good και force for growth. Μετρήσιμα. Στην πράξη.