



Marketing... Rules!

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

Κατερίνα Βλάχου, CEO,
Minerva SA Edible Oils & Food Enterprises

Η ενσυναίσθηση οδηγεί σε καλύτερα αποτελέσματα

Αυτό που ζητάει σήμερα ο καταναλωτής από τα brands είναι... η διαφάνεια. Ο καταναλωτής θέλει να γνωρίζει την αλήθεια για τα brands που επιλέγει: πώς παράγονται, ποια είναι η κοινωνική και περιβαλλοντική τους επίδραση, πώς στέκονται απέναντι σε κρίσιμα ζητήματα κλπ. Η ειλικρίνεια και η ανοιχτή επικοινωνία είναι στρατηγικό πλεονέκτημα.

Αυτό που άλλαξε σημαντικά τον τρόπο δουλειάς μου τα τελευταία χρόνια είναι... η ταχύτητα. Η ικανότητά μας να ανταποκρινόμαστε αποτελεσματικά σε ένα περιβάλλον που αλλάζει ραγδαία: οι αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται γρήγορα, οι καμπάνιες να προσαρμόζονται άμεσα, κλπ.

Η βασικότερη δεξιότητα για τον ρόλο μου σήμερα είναι... η ενσυναίσθηση. Η κατανόηση των αναγκών εργαζομένων, συνεργατών και καταναλωτών. Η ενσυναίσθηση οδηγεί σε καλύτερες αποφάσεις, πιο ουσιαστική επικοινωνία και καλύτερα αποτελέσματα.

Η βιωσιμότητα είναι για τα brands... το μέλλον. Δεν είναι επιλογή, αλλά υποχρέωση και στρατηγική προτεραιότητα. Οι εταιρείες που δεν επενδύουν σε βιώσιμες πρακτικές θα χάσουν σταδιακά την εμπιστοσύνη των καταναλωτών και την υποστήριξη των κοινωνιών.

Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά στα νεανικά κοινά είναι... η πρόσβαση. Οι νέοι καταναλωτές κινούνται γρήγορα από πλατφόρμα σε πλατφόρμα, αλλάζουν συνήθειες και απαιτούν αυθεντικότητα. Η πρόκληση είναι να βρούμε τον σωστό τρόπο και το σωστό κανάλι για να επικοινωνήσουμε μαζί τους στη σωστή γλώσσα.

Η μεγαλύτερη πρόκληση από τη χρήση της ΤΝ στο marketing είναι... η υπεύθυνη χρήση. Η δημοσιοποίηση του τι είναι αληθινό και τι είναι προϊόν ΤΝ, για να μην υπάρχει παραπλάνηση. Είναι αναγκαίο ένα πλαίσιο ρύθμισης.

Το υπεύθυνο influencer marketing είναι υποχρέωση... όλων. Δεν αφορά μόνο τους influencers ή τα agencies, αλλά και τα brands. Υπευθυνότητα σημαίνει διαφάνεια, ηθική και σεβασμό στον καταναλωτή. Πρωτοβουλίες αυτορρύθμισης και αυτοδέσμευσης όπως το Influencer Marketing Standards Training δημιουργούν το σωστό πλαίσιο, ώστε να χτιστεί η αξιοπιστία και η εμπιστοσύνη στο νέο αυτό κανάλι επικοινωνίας.

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



ADVERTISING

Adnil: Νέο Advertising & Intelligence Lab

Μετά από 18 χρόνια εμπειρίας στους τομείς των B2B, B2C, D2C, SaaS και ηλεκτρονικού εμπορίου η Λίντα Γαλάζιου ιδρύει την Adnil. Η Adnil είναι ένα Advertising & Intelligence Lab που λειτουργεί ως στρατηγικός συνεργάτης marketing για επιχειρήσεις που επιδιώκουν ουσιαστική και συνεχή ανάπτυξη. Μετατρέπεται τη στρατηγική σε καμπάνιες με πραγματικό επιχειρηματικό αντίκτυπο, αξιοποιώντας δεδομένα, testing και AI-driven intelligence, με ξεκάθαρη εστίαση στη στρατηγική σκέψη, την υλοποίηση και την ανάπτυξη. Η Λίντα Γαλάζιου δήλωσε στο DailyFax: «Η Adnil αποτελεί για μένα ένα σημαντικό επαγγελματικό ορόσημο. Μετά από 18 χρόνια εμπειρίας στο digital και το e-Commerce, είμαι ιδιαίτερα υπερήφανη που δημιουργώ έναν οργανισμό με ξεκάθαρη στρατηγική, ουσιαστικό αντίκτυπο και προοπτική συνεχούς ανάπτυξης».

ADVERTISING

Spec προβολής 200.000 ευρώ από την Περ. Θεσσαλίας

Η Περιφέρεια Θεσσαλίας - Διεύθυνση Αγροτικής Οικονομίας προκηρύσσει ανοικτή ηλεκτρονική διαγωνιστική διαδικασία κάτω των ορίων, με κριτήριο κατακύρωσης την πλέον συμφέρουσα από οικονομική άποψη προσφορά για την επιλογή αναδόχου για το έργο «Υλοποίηση Δράσεων για την Προβολή των Θεσσαλικών Οίνων». Ο προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται στα 200.000 ευρώ χωρίς ΦΠΑ. Η καταληκτική ημερομηνία υποβολής είναι η 26/1/2026.

MARKETING

Η Μάρι Μάντακα στην Εθνική Τράπεζα

Στην Εθνική Τράπεζα εντάσσεται η Μάρι Μάντακα, αναλαμβάνοντας τον ρόλο Group Brand Experience & Corporate Communications Director. Η Μάρι Μάντακα προέρχεται από τον όμιλο ΟΤΕ, όπου από το 2016 κατείχε τη θέση Head of Corporate Communications στην Cosmote eValue και τη Γερμανός, έχοντας προηγουμένως αναλάβει και άλλες θέσεις ευθύνης στον τομέα της επικοινωνίας. Στο πλαίσιο της επαγγελματικής της πορείας, έχει διαχειριστεί στρατηγικά έργα εταιρικής επικοινωνίας, brand positioning και εμπειρίας πελάτη, συμβάλλοντας στον μετασχηματισμό της εταιρικής εικόνας και στην ενίσχυση της συνολικής επικοινωνιακής στρατηγικής. Στο νέο της ρόλο, έχει την ευθύνη για το συνολικό brand experience και την εταιρική επικοινωνία της Εθνικής Τράπεζας. Όπως ανέφερε η ίδια σε ανάρτησή της στο LinkedIn: «Η είσοδος στο νέο αυτό κεφάλαιο με κάνει να νιώθω ευγνωμοσύνη-όχι μόνο για την εμπιστοσύνη και τις ευκαιρίες που μου ανοίγονται, αλλά και για όσα με διαμόρφωσαν ως τώρα»