

## ADVERTISING

### Ο Γιώργος Τριδής, General Manager στη McCann Athens

**Με πολυετή εμπειρία** στον χώρο της στρατηγικής επικοινωνίας και έχοντας διατελέσει Business Director τα προηγούμενα χρόνια, ο Γιώργος Τριδής ηγείται της McCann Athens, συμβάλλοντας στη στρατηγική ανάπτυξη των πελατών, την ενίσχυση της δημιουργικής κατεύθυνσης και τη στενότερη συνεργασία της McCann με τα υπόλοιπα disciplines του ομίλου, την MRM, Momentum και τη Weber Shandwick. «Η McCann είναι πάνω απ' όλα μια ομάδα ανθρώπων που μοιράζονται κοινές αξίες και πίστη στη δύναμη της δημιουργικότητας. Προτεραιότητά μου, από τον ρόλο του General Manager, είναι να ενισχύουμε καθημερινά τη συνεργασία, το νόημα και τον αντίκτυπο των ιδεών μας», δήλωσε ο Γιώργος Τριδής.

## DIGITAL MEDIA

### Νέα Director of Ad Operations στην 24Media

**Η Νικολέττα Τσιλιβαράκου** αναλαμβάνει καθήκοντα Director of Ad Operations στην 24Media, έπειτα από 9 χρόνια επιτυχημένης πορείας στην εταιρεία. Κατά τη διάρκεια αυτής της πορείας, η Νικολέττα Τσιλιβαράκου έχει συμβάλει στην ανάπτυξη και την εξέλιξη των διαφημιστικών λειτουργιών, ενδυναμώνοντας τις στρατηγικές συνεργασίες και βελτιστοποιώντας τη λειτουργική αποδοτικότητα των διαφημιστικών προϊόντων. «Η ανάληψη αυτού του ρόλου σηματοδοτεί τη συνέχιση της επιτυχημένης πορείας της 24Media, με στόχο την αύξηση της αποδοτικότητας και της αποτελεσματικότητας των διαφημιστικών της υπηρεσιών», επισημαίνεται σε σχετική ανακοίνωση του Μέσου.

## ADVERTISING

### Στην Blissprojects η Δωροθέα Λαμπρινοπούλου

**Η Blissprojects** εντάσσει τη Δωροθέα Λαμπρινοπούλου στο δυναμικό της, στη θέση της Senior Art Director. Η Δωροθέα Λαμπρινοπούλου φέρνει μαζί της «μια πολυετή και επιτυχημένη διαδρομή στον χώρο της οπτικής επικοινωνίας, του branding και του visual design γενικότερα», επισημαίνεται σε σχετική ανακοίνωση, στην οποία αναφερόταν, επίσης: «Με πολύ πλούσιο portfolio, προερχόμενη από OB Stream, Cicero, Ogilvy & DDB Athens, διακρίνεται για την ικανότητά της να μετουσιώνει στρατηγικές έννοιες, σε ισχυρές οπτικές εμπειρίες. Θα ηγηθεί της δημιουργικής κατεύθυνσης νέων projects, εστιάζοντας στην ποιότητα, τη λεπτομέρεια και τη σύγχρονη αισθητική, που χαρακτηρίζει την Blissprojects».

## Marketing... Rules!

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

Γιάννης Καμηλάκης, Marketing Director,  
Kiko Milano East Europe



## Η συνέπεια, το ισχυρότερο νόμισμα

**Τ**ο ισχυρότερο νόμισμα για τα brands, είναι... η συνέπεια. Σε ένα περιβάλλον συνεχούς υπερπληροφόρησης, δεν κερδίζει όποιος φωνάζει περισσότερο, αλλά όποιος παραμένει σταθερός και προσθέτει πραγματική αξία στην καθημερινότητα του ανθρώπου που βρίσκεται απέναντί του. Ο καταναλωτής αντιλαμβάνεται άμεσα τις αντιφάσεις και σπάνια τις συγχωρεί.

**Αυτό που άλλαξε ριζικά τον τρόπο που δουλεύω είναι...** η συνειδητοποίηση ότι οι αποφάσεις δεν «κλειδώνουν» στατικά, αλλά εξελίσσονται, δεν παίρνονται μόνο σε meeting rooms, αλλά σε πραγματικό χρόνο, μέσα από δεδομένα, ομάδες και ανθρώπινες συμπεριφορές. Σήμερα δεν σχεδιάζουμε για να έχουμε δίκιο από την αρχή, αλλά για να μαθαίνουμε γρήγορα. Έχουμε μετακινηθεί από τον στατικό σχεδιασμό σε αποφάσεις που χτίζονται πάνω στη συνεχή κατανόηση της καταναλωτικής συμπεριφοράς και στο πραγματικό feedback της αγοράς.

### Για να έχει το marketing ισχυρή φωνή στο Boardroom...

πρέπει να φέρνει τον καταναλωτή στο τραπέζι, όχι ως data point αλλά ως άνθρωπο, αμφισβητώντας αποφάσεις που αγνοούν τη συμπεριφορά και υπενθυμίζοντας ότι η ανάπτυξη έρχεται όταν οι επιλογές έχουν πραγματικό νόημα για τον πελάτη. Όταν το marketing συνδέει αγορά, πελάτη, προϊόν, εμπειρία και κερδοφορία, δείχνει πώς χτίζεται η αξία του αύριο.

**Θεωρώ ότι το Customer Experience είναι...** η στιγμή της αλήθειας για κάθε brand, εκεί όπου η υπόσχεση είτε τηρείται, είτε καταρρέει. Σε αγορές όπου τα προϊόντα μοιάζουν, η εμπειρία καθορίζει αν ο πελάτης θα επιστρέψει ή αν απλώς θα θυμάται ότι «όλα ήταν οκ», γιατί το «οκ» δεν αρκεί πια. Σήμερα δεν ανταγωνίζεσαι προϊόντα ή υπηρεσίες· ανταγωνίζεσαι εμπειρίες.

**To Better Marketing είναι ένα ενδιαφέρον mindset γιατί...** δεν ρωτά μόνο πόσοι είδαν ένα μήνυμα, αλλά πόσοι επηρεάστηκαν. Μετατοπίζει το focus από την απλή έκθεση στην πραγματική επίδραση και δεν μετρά μόνο impressions ή clicks, αλλά το αν άλλαξε κάτι στην καταναλωτική συμπεριφορά, στην κοινωνία και στον κόσμο.

**Θα συμβούλευα τους νέους marketers...** να επενδύσουν σε δεξιότητες, όχι μόνο σε εργαλεία. Το AI θα αυτοματοποιήσει την εκτέλεση και θα ανεβάσει τον πήχη για όλους. Αυτό που δεν αυτοματοποιείται είναι η κρίση, η ενσυναίσθηση και η δημιουργική σύνθεση. Εκεί θα κριθεί η πραγματική αξία του marketer του αύριο.

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

