



Marketing... Rules!

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

Κωνσταντίνα Σπυροπούλου, Business Executive Officer,
Nestlé Professional GR/CY/AL

‘Όχι μόνο προϊόντα, αλλά και εμπειρίες

Αυτό που ζητά σήμερα ο καταναλωτής από τα brands είναι... συνέπεια, αυθεντικότητα και διαφοροποίηση. Προσδοκά ξεχωριστές στιγμές μέσα από προσωποποιημένη επικοινωνία και εξυπηρέτηση που τον «διαβάζει». Και καθώς γίνεται ολοένα πιο ενημερωμένος, οι απαιτήσεις του αυξάνονται.

Η βασικότερη δεξιότητα για τον ρόλο μου σήμερα είναι...

η γρήγορη προσαρμοστικότητα και λήψη αποφάσεων. Το περιβάλλον μεταβάλλεται με ταχύτητα και η αγορά της εστίασης αποτελεί έναν από τους πιο δυναμικούς και απρόβλεπτους χώρους. Σε αυτό το πλαίσιο, ηγεσία σημαίνει να μπορείς να αξιολογείς γρήγορα τα διαθέσιμα insights, να θέτεις κατεύθυνση και να κινητοποιείς την ομάδα σου να προχωρά, ακόμα και όταν δεν υπάρχουν δεδομένα και σταθερές.

Θεωρώ ότι το Customer Experience σήμερα... διαδραματίζει πολύ σημαντικό ρόλο. Οι καταναλωτές πλέον δεν αναζητούν μόνο ποιοτικά προϊόντα, αλλά μαζί και τις εμπειρίες που τα συνοδεύουν. Η ικανοποίηση και η επαναληπτική αγορά εξαρτώνται άμεσα από την εμπειρία και τα συναισθήματα που δημιουργούνται, είτε πρόκειται για τελικό καταναλωτή, είτε για επαγγελματία. Το Customer Experience έχει μετατραπεί σε καθοριστικό παράγοντα αξιολόγησης αξίας και σε ισχυρό μοχλό πιστότητας.

Τα data είναι για τον σύγχρονο marketer... ένας βασικός πολλαπλασιαστής αποτελεσματικότητας. Όταν αξιοποιούνται σωστά μετατρέπονται σε βαθύτερη κατανόηση του καταναλωτή, πιο στοχευμένες ενέργειες και ουσιαστικό πλεονέκτημα. Για έναν marketer, τα data δεν είναι απλώς πληροφορία· είναι οδηγός προς πιο ισχυρές καμπάνιες, πιο ουσιαστικά customer experiences και πιο αποδοτικές αποφάσεις.

Αυτό που αγαπώ περισσότερο στη δουλειά μου είναι... η διαρκής μάθηση. Ανεξάρτητα από τα χρόνια εμπειρίας, κάθε επαφή και κάθε πρόκληση αποκαλύπτουν νέες οπτικές και νέα δεδομένα. Για μένα, η ουσία της επαγγελματικής εξέλιξης βρίσκεται στην ικανότητα να μετατρέπεις κάθε αποτέλεσμα -θετικό ή αρνητικό- σε γνώση που σε ενδυναμώνει και σε προετοιμάζει καλύτερα για το επόμενο βήμα.

Μία σκέψη που θα μοιραζόμουν με νέους marketers είναι... μην φοβάστε να προτείνετε και να πειραματιστείτε, ακόμη κι όταν το πλάνο δεν είναι απολύτως τέλει. Η πρόοδος έρχεται μέσα από το testing, όχι την τελειότητα. Μην περιορίζετε μόνο στις οδηγίες των πιο έμπειρων, φέρτε τη δική σας ενέργεια, οπτική και τόλμη.

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

ΣΔΕ
Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος
Hellenic Advertisers Association

ADVERTISING

Στη Solid Havas η Κλιάφας

Στη Solid Havas ανατέθηκε ο διαφημιστικός λογαριασμός της Κλιάφας, μετά από spec. Το 1926 η εταιρεία Κλιάφα ξεκίνησε στα Τρίκαλα Θεσσαλίας, την παραγωγή αναψυκτικών, σε μια μικρή μονάδα εμφιάλωσης. Εδώ και 100 χρόνια η οικογένεια Κλιάφα συνεχίζει να κρατά ζωντανές τις σπιτικές συνταγές της, προσφέροντας αναψυκτικά υψηλής ποιότητας.

ADVERTISING

Νέα Account Director στην BBDO Greece

Καθίκοντα Account Director στην BBDO Greece αναλαμβάνει η Ηρώ Ρούσσου. Την προηγούμενη χρονιά εργάστηκε την ίδια θέση στους Advengers. Από τον Νοέμβριο του 2023 έως τον Ιανουάριο του 2025 εργάστηκε ως Digital Marketing Director στην Mediacube. Στο παρελθόν εργάστηκε στην Advisable με τελευταία θέση αυτή της Chief Marketing Officer.

ADVERTISING

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον επέλεξε τη Danezis Stories

Η Coca-Cola Τρία Έψιλον εμπιστεύτηκε τη Danezis Stories για την καμπάνια επικοινωνίας της μεγαλύτερης πρωτοβουλίας περιβαλλοντικής αποκατάστασης και κοινωνικής στήριξης στις πυρόπληκτες περιοχές της Αχαΐας μετά τις πυρκαγιές του 2025, ένα project πολλαπλών εταίρων, με επενδύσεις άνω του 1 εκατ. ευρώ. Η ομάδα βρέθηκε στις πληγείσες περιοχές, εντόπισε τους ανθρώπους στο κέντρο της παρέμβασης, έναν δασολόγο, έναν κτηνοτρόφο, μια γιατρό, και έχτισε την καμπάνια γύρω από τις ιστορίες και τις εμπειρίες τους. Η καμπάνια, που βασίστηκε στην αυθεντικότητα των πρωταγωνιστών της, αναπτύχθηκε σε πολλαπλές πλατφόρμες -YouTube, Meta, LinkedIn- και σχεδιάστηκε ώστε να αποδίδει την πραγματικότητα της παρέμβασης, διατηρώντας τον τόνο και την ευαισθησία που απαιτούσε το project.

MARKETING

Στις στρατηγικές B2B συνεργασίες εστιάζουν τα Village Cinemas

Τη δύναμη του κινηματογράφου στη δημιουργία brand awareness και engagement εξερεύνησε το exclusive event, που διοργάνωσαν τα Village Cinemas σήμερα, 18 Μαρτίου, στην αίθουσα IMAX στο The Mall Athens, παρουσιάζοντας το brand Village Cinergies. Ανοίγοντας την εκδήλωση ο Henning Tewes, CEO, Antenna Group ανέφερε πως ενώ η προσοχή είναι το πιο πολύτιμο «νόμισμα» και οι άνθρωποι αναζητούν να βιώσουν κοινές εμπειρίες εκτός σπιτιού, ο όμιλος εστιάζει στη μετατροπή του σε ένα οικοσύστημα ψυχαγωγίας, καλώντας όσους παρευρέθηκαν στην εκδήλωση - brands, agencies, κλπ - να συμμετέχουν στη συνδιαμόρφωση του μέλλοντος της ψυχαγωγίας.