



Marketing... Rules!

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

Λήδα Αργυροπούλου, Marketing Director,
Kafea Terra Food & Drinks SA

«Επενδύστε στην ικανότητα της σκέψης»

Η μεγαλύτερη πρόκληση για τα brands το 2026 είναι... να παραμείνουν ουσιαστικά σε έναν κόσμο υπερπληροφόρησης. Σήμερα, η πρόκληση δεν είναι η προβολή, αλλά το focus. Τα brands καλούνται να αποφασίσουν τι θα πουν, ποια θέση θα κρατήσουν συνειδητά στον χρόνο και πώς θα χτίσουν ένα αφήγημα με σαφήνεια και βάθος. Η συνέπεια γίνεται πιο σημαντική από την ταχύτητα και η στρατηγική πιο κρίσιμη από την προβολή. Σε αυτό το περιβάλλον, η ξεκάθαρη ταυτότητα λειτουργεί ως πυξίδα για κάθε απόφαση.

Αυτό που ζητά σήμερα ο καταναλωτής από τα brands είναι... σαφήνεια και ειλικρίνεια. Όχι απαραίτητα τελειότητα, αλλά κυρίως ευθυγράμμιση λόγων και πράξεων. Ο σύγχρονος καταναλωτής αναγνωρίζει και απορρίπτει την «επιφανειακή» επικοινωνία, ενώ ανταμείβει τα brands που λειτουργούν με συνέπεια, διαφάνεια και σεβασμό.

Αυτό που άλλαξε σημαντικά τον τρόπο δουλειάς μου τα τελευταία χρόνια είναι... η ανάγκη για ακόμη μεγαλύτερη κριτική ικανότητα μέσα σε ένα περιβάλλον αυξημένης ταχύτητας. Τα δεδομένα είναι περισσότερα από ποτέ, αλλά η αξία βρίσκεται στην ικανότητα να τα ερμηνεύεις, όχι απλώς να τα αναλύεις. Η απλότητα και η σωστή ιεράρχηση έχουν γίνει στρατηγικά πλεονεκτήματα.

Η βασικότερη δεξιότητα για τον ρόλο μου σήμερα είναι... η σύνθεση. Η ικανότητα να ενώνεις διαφορετικές οπτικές, ανθρώπους και πληροφορίες σε μια συνεκτική κατεύθυνση. Να λειτουργείς ως συνδετικός κρίκος ανάμεσα στη στρατηγική, την ομάδα και το επιχειρηματικό αποτέλεσμα, έχοντας πάντα στο επίκεντρο τον καταναλωτή.

Το υπεύθυνο influencer marketing είναι υποχρέωση... όλων των εμπλεκόμενων. Η επιρροή δεν είναι ουδέτερη δύναμη. Απαιτεί κανόνες, διαφάνεια και συνειδητή χρήση, ώστε να διατηρείται η αξιοπιστία τόσο των brands όσο και του ίδιου του οικοσυστήματος.

Μία σκέψη που θα μοιραζόμουν με νέους marketers είναι... να επενδύουν περισσότερο στην ικανότητα σκέψης. Η τεχνολογία θα αλλάζει συνεχώς - η κρίση και η στρατηγική ματιά είναι αυτά που διαχρονικά κάνουν τους καλύτερους επαγγελματίες να ξεχωρίζουν. Το marketing του αύριο θα ανήκει σε όσους μπορούν να συνδυάζουν γνώση, αξίες και κυρίως σε αυτούς που θα είναι ανοιχτοί στην αλλαγή, ακόμη και αν αυτό συνεπάγεται ότι θα κληθούν να αφήσουν πίσω τα όποια κερημένα.

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



PUBLIC RELATIONS

Η Imperial Brands Hellas ανανεώνει με την Palladian

Η Palladian Communication Specialists ανανεώνει τη συνεργασία της με την Imperial Brands Hellas, μέλος του διεθνούς ομίλου Imperial Brands, συνεχίζοντας να υποστηρίζει την εταιρεία σε θέματα δημοσίων σχέσεων και επικοινωνιακού σχεδιασμού. Μετά από έναν επιτυχημένο πρώτο χρόνο κοινής πορείας, η Palladian ανέλαβε εκ νέου τον ρόλο του συμβούλου επικοινωνίας της Imperial Brands Hellas, με πλαίσιο αρμοδιοτήτων που περιλαμβάνει την υλοποίηση της επικοινωνιακής στρατηγικής, Media Relations, συμβουλευτική υποστήριξη και διαχείριση κρίσεων καθώς και υποστήριξη σε ζητήματα εταιρικής φήμης.

ADVERTISING

Στην Attp το Βιτάμ στην Ελλάδα

Η Attp ήταν η νικήτρια του επικοινωνιακού spec μεταξύ 3 ευρωπαϊκών χωρών που διεξήγαγε η Flora Food για την απόδοση του νέου concept του Βιτάμ για την Ελλάδα. Το Βιτάμ έχει διαγράψει μία πορεία σχεδόν 80 χρόνων παρουσίας στην Ελλάδα και συνεχίζει να πρωταγωνιστεί στην ελληνική κουζίνα. Το ζητούμενο από το εξωτερικό ήταν η εξέλιξη και δημιουργική απόδοση του διεθνούς concept, ώστε να ανταποκρίνεται στην ελληνική πραγματικότητα και να απαντά στις παγκόσμιες κοινωνικές και διατροφικές εξελίξεις. Η πρόταση της Attp αναδείχθηκε ως η πιο κατάλληλη για την ελληνική αγορά και τη νέα εποχή του Βιτάμ. Η νέα καμπάνια είναι σε φάση υλοποίησης και σύντομα θα είναι στον «αέρα» με το Βιτάμ να «υπογράφει» την πάντα απολαυστική πρόσκληση στο τραπέζι της ελληνικής οικογένειας, όπως επισημαίνεται.

ADVERTISING

Νέα συνεργασία The Newtons Laboratory - Paliria

Στον «αέρα» βρίσκεται η πρώτη τηλεοπτική επικοινωνία των έτοιμων μαγειρεμένων γευμάτων ψυγείου Paliria Σπιτικά, την οποία «υπογράφει» η The Newtons Laboratory, στο πλαίσιο μιας νέας συνεργασίας με την Paliria. Η σειρά Paliria Σπιτικά αποτελεί μια ολοκληρωμένη πρόταση έτοιμων μαγειρεμένων γευμάτων ψυγείου, βασισμένη σε 20 αυθεντικές ελληνικές & μεσογειακές συνταγές, σε ατομικές μερίδες. Η καμπάνια βασίζεται σε μια βαθιά ελληνική αλήθεια: το «σε νοιάζομαι» συχνά σερβίρεται ζεστό στο πιάτο. Από αυτή τη σκέψη γεννήθηκε η δημιουργική ιδέα: «Μαγειρεύουμε όπως για έναν δικό μας άνθρωπο». Τη στρατηγική, το δημιουργικό concept και την ανάπτυξη της καμπάνιας για τα Paliria Σπιτικά ανέλαβε η The Newtons Laboratory. Την παραγωγή του τηλεοπτικού spot ανέλαβε η BOO Productions, με τη σκηνοθετική «υπογραφή» του Βαρθή Μαρινάκη. Η πανελλαδική τηλεοπτική καμπάνια θα είναι «on air» όλο τον Μάρτιο, ενώ παράλληλα θα προωθηθεί και στο digital περιβάλλον (social media & programmatic), για το ίδιο χρονικό διάστημα. Το καλοκαίρι του 2026 θα ακολουθήσει ένα δεύτερο επικοινωνιακό κύμα παρόμοιας διάρκειας.