



Marketing... Rules!

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

Ανδρέας Παπαχριστόπουλος,
Διευθυντής Marketing, Nrg

Το παιχνίδι των ιδεών παραμένει πάντα ανθρώπινο

Η μεγαλύτερη πρόκληση από τη χρήση της ΤΝ στο marketing είναι... να μπεδέψεις τη δημιουργικότητα με την παραγωγικότητα στις προσδοκίες σου. Η δημιουργικότητα δεν είναι ένα ταλέντο αλλά τρόπος λειτουργίας, είναι η ικανότητα να παίζεις με τις ιδέες. Η ΤΝ μπορεί να παράγει ιδέες, αλλά δεν μπορεί να παίξει με αυτές με ανθρώπινους όρους, είναι ένα φθηνότερο και ταχύτερο sandbox ιδεών, ένας επιταχυντής πειραματισμού, όχι δημιουργός νοήματος, αλλά συνεργάτης διερεύνησης. Το παιχνίδι, δηλαδή το πώς σκέφτεσαι, η ειρωνεία, η υπέρβαση, παραμένει πάντα ανθρώπινο.

Καλό brief σημαίνει... ξεκάθαρο πλαίσιο σκέψης και όχι εντολή παραγωγής, όχι τι θα φτιαχτεί, αλλά πώς θα σκεφτούμε. Όρισε το σωστό πρόβλημα και insight, την ανθρώπινη ένταση και τα όρια ρίσκου και τα outputs θα έρθουν και θα φιλτραριστούν. «Δεν θέλω ένα τηλεοπτικό, θέλω αυτή η συμπεριφορά να αλλάξει αναθεωρώντας την ένταση που την προκαλεί».

Τα σημαντικότερα barriers για τη δημιουργικότητα είναι... η ανάγκη να «έχουμε σωστή απάντηση» γρήγορα, οι πολλοί stakeholders, η κουλτούρα του efficiency και τα data, όλα χρησιμοποιούνται για να κλείσουν τη σκέψη αντί να την ανοίξουν, σκοτώνοντας ιδέες πριν ολοκληρωθούν, ευνοώντας το προβλεψίμο. Τα πολλά όρια φέρνουν πολλά όρια και στο αποτέλεσμα.

Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά στα νεανικά κοινά είναι... η αξιοπιστία. Ζητούν καλύτερη επικοινωνία, ζητούν αυθεντική στάση και την ελέγχουν. Πώς διατηρούμε ανθρώπινη ατέλεια, τόλμη και άποψη σε έναν κόσμο άψογων outputs, για να μας πιστέψουν;

Συμπερίληψη στην επικοινωνία σημαίνει... να μην ψάχνει κανείς τον εαυτό του στο μήνυμα, αλλά να τον αναγνωρίζει αμέσως. Είμαστε ένας μέσος άνθρωπος, που όμως δεν υπάρχει γιατί όλοι είμαστε διαφορετικοί.

Το επόμενο μεγάλο trend στο marketing και την επικοινωνία θα είναι... αυτό που θα φτιάξει η επόμενη μεγάλη μάρκα. Γιατί καμία φανταστική καμπάνια δεν βασίστηκε σε trend. Κατάλαβε τι είναι σημαντικό για το κοινό της και «απαντώντας» στην ανθρώπινη συμπεριφορά, ανησυχία, ακόμα και κομπορρισμό, με τόλμη και νόημα, δημιούργησε αυτή τη trend.

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



DIGITAL MARKETING

Νέα συνεργασία της Communication Lab με την Pernod Ricard Hellas

Τον διάλογο με τη νέα γενιά ανοίγει η Pernod Ricard Hellas, με το πρόγραμμα Drink Once, Think Twice. Έπειτα από spec, η Communication Lab σε συνεργασία με την Pernod Ricard Hellas εμπνεύστηκε το creative concept, το όνομα και το motto - Drink Once Think Twice - «Η φάση είναι να θυμάσαι την φάση» καθώς και τη στρατηγική του προγράμματος εταιρικής κοινωνικής ευθύνης για την υπεύθυνη κατανάλωση αλκοόλ. Απόρροια της στρατηγικής είναι και το story-driven hero video της Γεωργίας Καλτσόη. Η καμπάνια αποτυπώνει, με ανθρώπινο και ουσιαστικό τρόπο, τη σημασία της επιλογής, του μέτρου και της στάσης ζωής, μέσα από μια προσωπική, σύγχρονη ματιά. Η καμπάνια προβάλλεται σε όλα τα digital μέσα και εμπλουτίζεται συνεχώς. Η Communication Lab ανέλαβε επίσης, την παραγωγή καθώς και τη διαμόρφωση του script στο βίντεο με πρωταγωνίστρια τη Γεωργία Καλτσόη.

MARKETING

Η Μαρία Ηλιάδου, Country Lead της Klarna στην Ελλάδα

Καθόκοντα Country Lead της Klarna στην Ελλάδα αναλαμβάνει η Μαρία Ηλιάδου, διαδεχόμενη τον Ηλία Πίτσαβο. Έχοντας ήδη διαγράψει μία πορεία περίπου τεσσάρων χρόνων στην Klarna, η ίδια δήλωσε σε LinkedIn post πως αυτή η μετάβαση της φαίνεται φυσική και βαθιά σημαντική. «Έχω δει από πρώτο χέρι τι χρειάζεται για να χτίσεις, να αναπτυχθείς και να κερδίσεις την εμπιστοσύνη των συνεργατών, των καταναλωτών και της ομάδας μας. Η ευκαιρία που μάς περιμένει είναι σημαντική. Η αγορά συνεχίζει να εξελίσσεται, οι συνεργάτες μας συνεχίζουν να καινοτομούν και οι προσδοκίες είναι υψηλότερες από ποτέ. Με την ομάδα που έχουμε, είμαι βέβαιη ότι θα συνεχίσουμε να ανεβάζουμε τον πήχη». Η επαγγελματική της εμπειρία, περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, θέσεις στις Adidas, Vivartia και Mondelēz.

ADVERTISING

Από την Cambo η νέα καμπάνια Όλυμπος Μεγαλώνω

Στον «αέρα» βρίσκεται η νέα καμπάνια της Όλυμπος Μεγαλώνω με την «υπογραφή» της Cambo Agency. Η καμπάνια βγήκε on air την Τετάρτη, 18 Φεβρουαρίου σε τηλεοπτική αλλά και σε online επικοινωνία. Η Takes2 ανέλαβε την παραγωγή της καμπάνιας. Η τηλεοπτική καμπάνια της Όλυμπος Μεγαλώνω δείχνει ότι «όταν είσαι γονιός, ξέρεις να αναγνωρίζεις κάθε ανάγκη του παιδιού σου!». Μέσα από τρυφερές, καθημερινές στιγμές, το κοινό βλέπει τη μπέρα να ερμηνεύει τη «γλώσσα» του παιδιού της και να ανταποκρίνεται με φροντίδα και αγάπη.