

Marketing & Digital Marketing Innovation



Περακάκης Μάνος
Καθηγητής Εφαρμογών
Τομέας Ηλεκτρονικού Μάρκετινγκ

Marketing & Innovation

- Το Μάρκετινγκ και η καινοτομία είναι δύο αναπόσπαστες έννοιες
- Στα πλαίσια του Μάρκετινγκ κάθε εταιρεία προσπαθεί να βρει τρόπους ώστε να ξεχωρίσει το προϊόν της από τον ανταγωνισμό
- Οπότε η αναζήτηση καινοτόμων μεθόδων και ιδεών είναι βασική για να το επιτύχει αυτό

Marketing & Innovation

- Παρόλο που ένα προϊόν ή υπηρεσία μπορεί να είναι επιτυχημένο για χρόνια χωρίς μεγάλες αλλαγές αυτό είναι σχεδόν **αδύνατο** στο τομέα του Μάρκετινγκ
- Οι αποδέκτες του μηνύματος γρήγορα **κουράζονται**, έτσι ο ανταγωνιστής μπορεί εύκολα να **ανατρέψει** την επιτυχία του με μια πιο **έξυπνη** ή **καινοτόμα** **καμπάνια Μάρκετινγκ**
- Γι αυτό μπορείτε να παρατηρήσετε ότι ένα προϊόν, παρόλο που μπορεί το ίδιο να μην έχει αλλάξει για χρόνια, το Μάρκετινγκ του αλλάζει σε συχνά διαστήματα.

Viral Marketing και “Virality”

- Η καινοτομία όπως και η πρωτοτυπία στο Marketing μπορεί συχνά να δημιουργήσει το φαινόμενο του **Viral Marketing**
- Το Viral Marketing ή η Virality μιας καμπάνιας έχει να κάνει με τη **διάδοση του μηνύματος** από τους **ίδιους τους αποδέκτες**, χωρίς την πληρωμή μεσαζόντων
- Είναι η επίτευξη ενός ισχυρού Word of Mouth, συχνά σήμερα μέσω των Social Media



Marketing & Innovation

Καινοτομίες μπορούμε να παρατηρήσουμε σε πολλούς τομείς του Μάρκετινγκ όπως:

- Branding
- Έντυπη διαφήμιση
- Digital/online Marketing
- Ambient / Guerilla Marketing
- Συσκευασία Προϊόντος
- Ακόμη και στην τιμολόγηση =>



Καινοτόμα Προϊόντα & Μάρκετινγκ

Τέλος θα ήθελα και με άλλο ένα τρόπο να συνδέσω το Μάρκετινγκ με την Καινοτομία:

- **Κάθε** προϊόν καινοτομίας, όσο καλό και έξυπνο κι ας είναι, μπορεί πολύ εύκολα να **αποτύχει** στην αγορά, αν δεν χρησιμοποιηθεί το **κατάλληλο μείγμα Μάρκετινγκ** για την **προώθησή** του.



Μάρκετινγκ & Καινοτομία

Μην ξεχνάμε όμως...



Η Καινοτομία του σήμερα είναι
η Κοινοτυπία του αύριο



Μάρκετινγκ και Καινοτομία

1. Μια επιχείρηση χρησιμοποιεί ένα **καινοτόμο** τρόπο προώθησης
2. Ο κόσμος **ενθουσιάζεται** με τον πρωτότυπο τρόπο προώθησης
3. Κάποιες άλλες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τον **ίδιο** καινοτόμο τρόπο προώθησης
4. Ο κόσμος ενθουσιάζεται αλλά αρκετά **λιγότερο** από την πρώτη φορά (ή καθόλου...)
5. Λίγο αργότερα ο κόσμος έχει **κουραστεί** και δεν θεωρεί πλέον πρωτότυπο τον τρόπο προώθησης



Digital Marketing



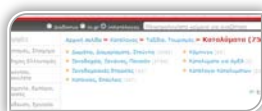
Εισαγωγή στο Ψηφιακό Μάρκετινγκ

Internet: Παρελθόν και Παρόν

- Παλιότερα το Internet ήταν **στατικό** και η αλληλεπίδραση με τον χρήστη ήταν περιορισμένη
- Αυτό άλλαξε σταδιακά με τις νέες δυνατότητες που προσέφερε η τεχνολογία και οι σελίδες έγιναν **διαδραστικές**
- Η μετάβαση αυτή έγινε γνωστή και ως **WEB 2.0**

Διαδικτυακή Παρουσία Επιχείρησης στο Παρελθόν

- Παλιότερα όταν μιλούσαμε για **διαδικτυακή παρουσία** επιχείρησης εννοούσαμε μια **ιστοσελίδα** στο διαδίκτυο καθώς και ένα **email** επικοινωνίας με την επιχείρηση αυτή
- Η δημοσιοποίηση της ιστοσελίδας της εταιρείας γινόταν από τις **έντυπες διαφημίσεις** καθώς και από **διαδικτυακούς καταλόγους** και **μηχανές αναζήτησης**.



Διαδικτυακή Παρουσία Επιχείρησης στο Παρελθόν

- Παλιότερα οι επιχειρήσεις που είχαν διαδικτυακή παρουσία ήταν λίγες και ήταν σχετικά εύκολο μια επιχείρηση να "**φανεί**" στο διαδίκτυο
- Επίσης, αφού ολοκληρωνόταν η δημιουργία του ιστοχώρου ο ιδιοκτήτης απλά την άφηνε να λειτουργήσει μόνη της
- Εξάλλου ο κόσμος που χρησιμοποιούσε το διαδίκτυο για να αναζητήσει πληροφορίες για την επιχείρησή του, ήταν πολύ λιγότερος σε σχέση με άλλα μέσα επικοινωνίας, οπότε η επένδυση πολύ χρόνου σε αυτό συχνά δεν "**άξιζε** τον κόπο"



Οι Επιχειρήσεις στο Διαδίκτυο Σήμερα

- Ο ανταγωνισμός έχει αυξηθεί!
- Κάθε μέρα περισσότερες επιχειρήσεις αποκτούν δικτυακή παρουσία και προσπαθούν να τραβήξουν το ενδιαφέρον των χρηστών
- Πλέον μόνο η δημιουργία ενός ιστοχώρου και η καταχώρησή του σε μερικούς διαδικτυακούς καταλόγους δεν είναι αρκετή.



Ο Ιστοχώρος Σήμερα

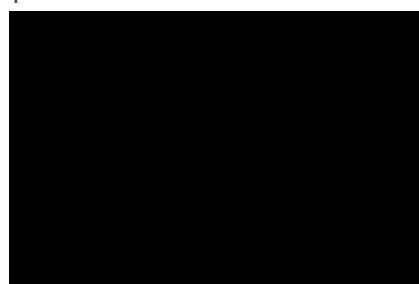


- Ο Ιστοχώρος πλέον είναι ένα **κεντρικό σημείο αναφοράς** για την διαδικτυακή παρουσία και την προώθηση μιας εταιρείας αλλά από μόνος του δεν αποτελεί ολοκληρωμένη παρουσία στο Internet
- Ως κεντρικό σημείο αναφοράς βεβαίως είναι σημαντικό να είναι **σωστά σχεδιασμένος** και να **υπηρετεί τις επιδιώξεις** της επιχείρησης
- Όμως χρειάζεται μια σειρά από "σημεία εισόδου" στον ιστότοπο αυτό, δηλαδή σημεία έξω από τον ιστοχώρο που θα δημιουργήσουν κίνηση (traffic) προς αυτόν

Ολοκληρωμένη Διαδικτυακή Παρουσία Σήμερα



This is Digital Marketing: From Ad Men to Math Men | Mediative



<http://www.youtube.com/watch?v=oH87MtZuBCY>

Digital Campaign

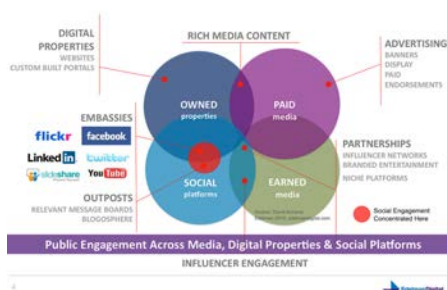


Digital Campaign

Μια ψηφιακή καμπάνια στα πλαίσια μια καμπάνια Μάρκετινγκ μπορεί να περιλαμβάνει κάποια ή όλα από τα παρακάτω στοιχεία:

- **Banner/Link Advertising** (*Tradigital Advertising – παραδοσιακό*)
Σχεδιασμός Banners και διάθεση σε sites/Ad networks/PPC/Affiliate
- **Social Media Marketing (SMM)**
Facebook, Twitter, Blogs, Youtube κτλ
- **Search Engine Marketing (SEM)**
Text Ads, Content Marketing, SEO κτλ
- **E-Mail Marketing**
Mailing lists, direct mail Marketing κτλ

e-Marketing Across Media



Earned Media – «Κερδισμένα» μέσα

- Είναι τα μέσα τα οποία το brand έχει «κερδίσει» (συνήθως χωρίς χρήματα), π.χ. με ευχαριστημένους/ενθουσιώδεις πελάτες
- Word of Mouth
- Post σε blogs
- Διάσημοι
- Opinion Makers
- κτλ



e-Marketing Plan

- Είναι σημαντικό να υπάρχει ένα σχέδιο/μελέτη για την στρατηγική που θα ακολουθηθεί στα πλαίσια μιας καμπάνιας.
- Το να δημιουργήσεις απλά π.χ. κάποια κοινωνικά κανάλια (σελίδα fb κτλ) και ένα banner είναι σχεδόν απίθανο να υπάρξει κάποιο αποτέλεσμα.
- Το σχέδιο αυτό θα πρέπει να δημιουργηθεί πριν την έναρξη της καμπάνιας, να βασίζεται στο marketing brief και με βάση αυτό να γίνει η υλοποίηση της ηλεκτρονικής καμπάνιας.
- Θα πρέπει επίσης να έχει συγκεκριμένους στόχους που θέλουμε να επιτευχθούν με το σχέδιο αυτό καθώς και τρόπους μέτρησής τους.

What is your Strategy?



Στρατηγικές Αποφάσεις

Σχεδιασμού

- Ορισμός Στόχων/επιδιώξεων
- Budget (Προϋπολογισμός)
- Στόχευση (Target Groups)
- Διάρκεια

Υλοποίησης

- Μήνυμα / Εμπειρία
- Στοιχεία
- Μέσα
- Μέτρηση



Γιατί Διαφημίζουμε;

- Γνωστοποίηση
- Παροχή Πληροφοριών
- Δημιουργία θετικής εικόνας
- Υπενθύμηση
- Επικοινωνία με τους πελάτες
- Brand Equity
- Πωλήσεις



e-Mail Marketing

- Χρησιμοποιεί το e-mail για επικοινωνία με τους πελάτες
- Είναι μορφή Άμεσου Μάρκετινγκ (Direct Marketing) αφού υπάρχει άμεση επικοινωνία με τους πελάτες
- Κυρίως χρησιμοποιείται για προώθηση προσφορών και άμεση επικοινωνία με συγκεκριμένους πελάτες (direct mail marketing)



Facebook Social Ads



“Guerilla” Interactive Banner Ads

- [Hunter Shoots a bear](#)
- <https://www.youtube.com/watch?v=6RoG6S9WdP4>



Branded Apps

- Nike+ Running
- http://www.nike.com/etl_gri/running/nikeplus



Branded Games

- Lynx Chocolate Man



Augmented Reality: MINI



- https://www.youtube.com/watch?v=dBser6_gToA

Augmented Reality: IKEA



- <https://www.youtube.com/watch?v=vDNzTasuYEW>

Innovative Packaging

Edible Packaging



Innovative Packaging

- Μάρκετινγκ δεν είναι μόνο η διαφήμιση
- Περιλαμβάνει και τη **συσκευασία του προϊόντος**
- **Καινοτομίες** φυσικά μπορούν να δημιουργηθούν και εκεί!



Innovative Packaging

Μπορεί να δημιουργήσει:

- Μια νέα **χρηστική** προσέγγιση της συσκευασίας
- **Εντύπωση στο χώρο διανομής** ξεχωρίζοντας από τον ανταγωνισμό
- Buzz σε **Word of Mouth**
- **Buzz** και **Virality** σε Social Media

Innovative Packaging



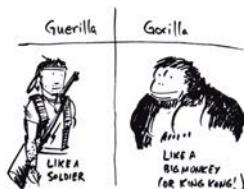
Innovative Packaging



Innovative Packaging



Guerilla Marketing



Ambient Marketing

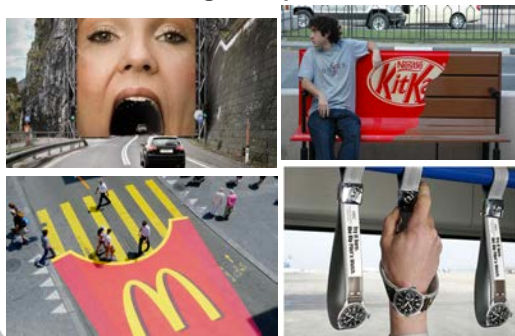
Ορισμός

- Ο ορισμός του "guerrilla μάρκετινγκ" προήλθε από τον ανταρτοπόλεμο
- ο οποίος είναι μια μορφή πολέμου, η οποία αφορά τις μικρές τακτικές στρατηγικές που χρησιμοποιούνται από ένοπλους πολίτες. Πολλές από αυτές τις τακτικές περιλαμβάνουν **ενέδρες, σαμποτάζ, επιδρομές** και φυσικά το **στοιχείο της έκπληξης**.
- Μοιάζει πολύ με ανταρτοπόλεμο το συγκεκριμένο είδος μάρκετινγκ, αφού χρησιμοποιεί τις ίδιες τακτικές στον κλάδο της εμπορίας (Lothian & Feyerick, 2007)

Guerilla Marketing – Τι είναι;

- Είναι η χρήση «ασυμβίβαστων» τεχνικών για την προώθηση προϊόντων
- Συνήθως πραγματοποιείται σε εξωτερικούς χώρους (ambient) με τη συμμετοχή κοινού
- Συχνά, κινηματογραφούνται οι αντιδράσεις του κοινού με στόχο τη διάχυση του βίντεο στο διαδίκτυο και τα Social Media (Viral)
- Για την επίτευξη εντυπωσιακών αποτελεσμάτων, είναι συχνή η καινοτόμα χρήση νέων τεχνολογιών.

Ambient Marketing Examples



Sprite Shower



<https://www.youtube.com/watch?v=ocCYlqvJKC4>

Μερικά Παραδείγματα

- **Toyota Auris Hybrid:** 'Get your energy back' (3D projection mapping)
<https://www.youtube.com/watch?v=UJ7E7uEZN00>
- **Pepsi Max:** 'Unbelievable bus shelter':
<https://www.youtube.com/watch?v=Go9rf9GmYpM>
- **LG Ultra HD:** "Prankvertising"
<https://www.youtube.com/watch?v=ottNCrjJTE4>