

Τηλεπικοινωνίες & marketing

Ο πελάτης στο επίκεντρο

Γράφει ο ΓΙΑΝΝΗΣ ΧΑΡΑΜΙΔΗΣ

Ο κλάδος των τηλεπικοινωνιών, παρά την βαθεία και παρατεταμένη ύφεση που γνωρίζει την τελευταία τριετία η ελληνική οικονομία, παραμένει ένας από τους σημαντικότερους πυλώνες ανάπτυξης και προόδου. Αξίζει επίσης να υπογραμμιστεί πως ο χώρος των τηλεπικοινωνιών αποτελεί μία από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων για την ελληνική οικονομία, με τις εταιρείες που τον αποτελούν, να συνεισφέρουν σημαντικότητα στην ανάσχεση της ύφεσης κυρίως με τις σημαντικές επενδύσεις, που συνεχίζουν να υλοποιούν στην ελληνική αγορά.

Παράλληλα με την γενικευμένη οικονομική κρίση, έχει πληγεί σε σημαντικό βαθμό και η οικονομική δυναμική και του καταναλωτικού κοινού. Το στοιχείο αυτό μοιραία έχει δημιουργήσει μία νέα πραγματικότητα για τις εταιρείες, οι οποίες στοχεύουν και απευθύνονται πλέον σε έναν καταναλωτή, ο οποίος ζητά περισσότερα σε χαμηλότερη τιμή. Οι στρατηγικές των εταιρειών μοιραία έχουν επηρεαστεί από την παρούσα συγκυρία και όπως μας αποκαλύπτουν στις γραμμές που ακολουθούν, οι κεφαλές marketing των σημαντικότερων «παιχτών» της αγοράς, το βάρος που επιβιβάζονται πλέον τα τμήματα επικοινωνίας και marketing είναι διαρκώς κλιμακούμενο. Στο ίδιο μήκος κύματος κινούνται βέβαια και οι απαιτήσεις των εταιρειών από τους συνεργάτες τους στο κομμάτι της επικοινωνίας και της στρατηγικής marketing. Ίσως, όμως, να είναι αυτές οι ιδιαίτερες απαιτήσεις που έχουν καταστήσει την κατηγορία των τηλεπικοινωνιών μια από τις πιο δυναμικές όσον αφορά την επικοινωνία και το marketing.

Τον άνθρωπο βάζουν στο επίκεντρο όσον αφορά τις προσπάθειες επικοινωνίας οι εταιρείες του χώρου των τηλεπικοινωνιών. Ακολουθώντας πελατοκεντρικές προσεγγίσεις και επιχειρώντας να καλύψουν με τον καλύτερο τρόπο τις νέες ανάγκες των καταναλωτών συνεχίζουν να επενδύουν στην δυναμική της επικοινωνίας και να βρίσκουν ακόμη αντίδοτα στην κρίση.



Οι απόψεις των ειδικών Μαρίνα Νικολάου, Διευθύντρια Marketing Cyta Ελλάδος «Επικέντρωση στον άνθρωπο»



Η κα Μαρίνα Νικολάου, Διευθύντρια Marketing της CYTA ΕΛΛΑΔΟΣ, τονίζει πως

ο άνθρωπος και οι ανάγκες του αποτελούν χωρίς καμία αμφιβολία το επίκεντρο σε κάθε προσπάθεια της εταιρείας. Ενδεικτικά η κα Νικολάου σε σχετική ερώτηση του περιοδικού που αφορά τους άξονες στους οποίους στηρίζεται η επικοινωνιακή στρατηγική και το πλάνο, όσον αφορά το marketing της εταιρείας δήλωσε:

«Επικέντρωση στον Άνθρωπο και προσωποποιημένη προσέγγιση που «ενσαρκώνεται» μέσα από το επικοινωνιακό μας motto: "Σας γνωρίζουμε έναν έναν για να σας εξυπηρετούμε έναν έναν". Αυτές ήταν και είναι οι βασικές αξίες που διέπουν και καθορίζουν

όχι μόνο την επικοινωνιακή αλλά και την επιχειρηματική μας δραστηριότητα. Πέντε χρόνια μετά, εξακολουθούμε να βρισκόμαστε δίπλα στον άνθρωπο και στις τοπικές κοινωνίες, φροντίζουμε να αξιοποιούμε τους τοπικούς πόρους κάθε περιοχής, στηρίζουμε τοπικές ενέργειες και πρωτοβουλίες, ενώ βρισκόμαστε στο πλάι της κοινωνίας με ενέργειες όπως η στήριξη τοπικών Κοινωνικών Παντοπωλείων, η δωρεά πετρελαίου στη Βόρεια Ελλάδα κ.ά. Με άλλα λόγια, κάνουμε πράξη την προσωποποιημένη μας προσέγγιση και ανταποδίδουμε στους πελάτες μας αλλά και σε όσους τους ποσίτες, την εμπιστοσύνη που μας δείχνουν».

Σε σχετικό ερώτημα του περιοδικού adbusiness που αφορά τα στοιχεία που θα πρέπει να προβάλλει μια εταιρεία του χώρου των τηλεπικοινωνιών, προκειμένου να κερδίσει τον σημερινό καταναλωτή που βιώνει αφενός τη δύσκολη οικονομική συγκυρία αφετέρου την υπερπροσφορά μηνυμάτων και επιλογών, η κα. Νικολάου τόνισε: