

## MARKETING

### Only Group: Νέος όμιλος που ενώνει marketing, media & τεχνολογία

**Καινοτόμο προσέγγιση** σε υπηρεσίες marketing, media και τεχνολογίας φέρνει η έναρξη λειτουργίας της OnlyGroup. Πρόκειται για μία νέα δύναμη που εισέρχεται στο ελληνικό - και όχι μόνο - ψηφιακό τοπίο, με στόχο ένα σύγχρονο και πολυδιάστατο οικοσύστημα που περιλαμβάνει εξειδικευμένες εταιρείες από όλο το φάσμα της επικοινωνίας και των ψηφιακών media. Η OnlyGroup ιδρύθηκε από τον επιχειρηματία Δήμο Στασινόπουλο. Μαζί με τον Χριστόφορο Μποζατζίδη, ο οποίος έχει αναλάβει και ρόλο Group Chief Executive Officer, η OnlyGroup σχεδιάστηκε με το όραμα της παροχής 360° υπηρεσιών marketing και επικοινωνίας μέσω μιας ενιαίας, ενοποιημένης δομής. Τους Ιδρυτές πλαισιώνει μια έμπειρη ομάδα στελεχών, με Group CMO τον Γιάννη Χριστόπουλο. Το νέο σχήμα ενοποιεί έντεκα εξειδικευμένα brands, συμπεριλαμβανομένων εταιρειών marketing πλήρους εξυπηρέτησης (OnlyMarketing, OnlyWin), εταιρείας παραγωγής (OnlyProductions), ανάπτυξης λογισμικού (OnlyTech), καθώς και ένα χαρτοφυλάκιο premium και εξειδικευμένων media assets (OnlyMedia). Η παρουσία του Group στα media είναι ιδιαίτερα ισχυρή στον αθλητικό τομέα, με την απόκτηση του sportal.gr και την επικείμενη απόκτηση τόσο του site όσο και της έντυπης έκδοσης της Sportday. Παράλληλα, αναπτύσσονται πανευρωπαϊκά projects για το μπάσκετ και το τένις, όπως το matchpoint247.com και το onlybasket.com, καθώς και affiliate sites στο iGaming μέσω της OnlyBet Media. Πρόσφατα, αποκτήθηκε και η Easy Media, η οποία πλέον ονομάζεται OnlyOne Media.

## DIGITAL MARKETING

### ΣΕΕ: Ξεπέρασαν τους 100 οι πιστοποιημένοι Influencers του IMST

**To Influencer Marketing Standards Training (IMST)** του Συμβούλιο Ελέγχου Επικοινωνίας ξεπέρασε τους 100 πιστοποιημένους influencers, σχεδόν ενάμιση μήνα μετά το λανσάρισμά του στην ελληνική αγορά. Πρόκειται για ένα εξαιρετικά ενθαρρυντικό αποτέλεσμα, όπως επισημαίνεται, που δεν ήταν αναμενόμενο σε τόσο σύντομο χρονικό διάστημα. Το IMST|Influencer Marketing Standards Training είναι ένα online training, που δημιουργήθηκε από το ΣΕΕ, για πρώτη φορά στην Ελλάδα, για τους ίδιους τους content creators, με στόχο να τους δώσει τις βασικές γνώσεις, να τους εκπαιδεύσει και να τους εξοικειώσει με τους κανόνες που πρέπει να τηρούνται στο influencer marketing, ώστε να δημιουργούν πάντοτε υπεύθυνο διαφημιστικό περιεχόμενο. Ιδιαίτερα ενθαρρυντικό επίσης είναι το γεγονός ότι όλο και περισσότερες εταιρείες επικοινωνούν με το ΣΕΕ, εκφράζοντας την πρόθεσή τους να στηρίξουν το IMST. Λαμβάνοντας υπόψη τη θετική ανταπόκριση και με σκοπό τη διατήρηση της δυναμικής του προγράμματος, το ΣΕΕ παρατείνει τη δωρεάν εγγραφή στο IMST για δύο επιπλέον μήνες.

### Insights For Action

Τα Μέλη του ΣΕΔΕΑ μοιράζονται απόψεις, γνώσεις και τάσεις γύρω από τον χώρο των ερευνών.



Φωτεινή Παπαδοπούλου, Head of Qualitative Community, Kantar Insights, Greece

## Gen Z: Μια Νέα Εποχή Ξεκινά

**Η** Gen Z οδηγεί σημαντικές αλλαγές στην κοινωνία, χαρακτηριζόμενη από τις μοναδικές αξίες και προοπτικές της.

### Αμφισβήτηση των Παλιών Αφηγήσεων

Ο βασικός λόγος που η γενιά αυτή διαφέρει τόσο πολύ από τις προηγούμενες είναι η καθολική αποσταθεροποίηση των κυρίαρχων αφηγήσεων του παρελθόντος. Τα παλιά παραδείγματα «ακυρώνονται» χωρίς να έχουν πλήρως αντικατασταθεί από νέα.

### Ζώντας στο Παρόν

Αντιμετωπίζοντας την αβεβαιότητα και την αστάθεια, η Gen Z προσανατολίζεται προς τον βραχυπρόθεσμο προγραμματισμό και τη ζωή στο παρόν. Η τεχνολογία, με την άμεση ικανοποίηση που προσφέρει, ενισχύει περαιτέρω αυτή την τάση.

### Αναδιαμόρφωση Ψυχαγωγίας & Αλληλεπίδρασης

Για τη Gen Z, η έξοδος και η ψυχαγωγία αφορούν ανοιχτές δυνατότητες και ρευστότητα. Αυτή η γενιά υιοθετεί μια προσέγγιση «συμπεριληπτικής ενσωμάτωσης», όπου διαφορετικές ταυτότητες και κοινότητες συνυπάρχουν χωρίς αυστηρά όρια.

### Δημιουργία Προσωπικών Αφηγήσεων

Η Gen Z αναδιαμορφώνει τη ζωή, την καριέρα και την επιτυχία μέσα από ένα ρευστό και πραγματιστικό πρίσμα. Οι ταυτότητες είναι μέσο ανακάλυψης και όχι οχύρωσης – για το λόγο αυτό είναι ρευστές και ευέλικτες.

### Μάρκες και Γενιά Z

Οι μάρκες πρέπει να υιοθετήσουν τις νέες αξίες της Gen Z, προσφέροντας ενσωμάτωση, ποικιλομορφία, προοπτική και έκφραση υψηλότερων αξιών γύρω από την κοινωνική και περιβαλλοντική ευθύνη. Εκτιμούν τις μάρκες που επιτρέπουν ρευστότητα και ευελιξία, παρέχοντας ανοιχτές δυνατότητες για αυτοέκφραση. Τα σύμβολα και το storytelling, τέλος, των μαρκών είναι σημαντικά στη Gen Z, για γενιά ιδιαίτερα οπτική και δημιουργική.



**ΣΕΔΕΑ**  
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΛΕΓΧΟΥ ΕΠΙΚΟΙΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ  
ASSOCIATION OF GREEK MARKET & OPINION RESEARCH COMPANIES

Ο ΣΕΔΕΑ ιδρύθηκε το 1990 με στόχο την προαγωγή της επιστημονικής έρευνας αγοράς και κοινωνικής έρευνας στην Ελλάδα.

Τα μέλη του συμμορφώνονται πλήρως με τους κώδικες δεοντολογίας και επαγγελματικής πρακτικής της ESOMAR και πιστοποιούνται μέσω μηχανισμών ελέγχου που έχει θεσπίσει ο ΣΕΔΕΑ.