

Industry Focus

Αλυσίδες ταχείας εστίασης

Νέες τάσεις έχουν ξεπροβάλει, όπως πιο υγιεινές γευστικές επιλογές, εξατομικευμένες εμπειρίες, και έμφαση σε βιωσιμότητα και loyalty προγράμματα.
ΣΕΛ. 20

Events

UX|CX Awards 2024

Με την παρουσία 160 στελεχών πραγματοποιήθηκε η τελετή απονομής του θεσμού που επιβραβεύει τις αποτελεσματικές πρωτοβουλίες οι οποίες σχετίζονται με το digital customer experience.
ΣΕΛ. 26

CX Summit

30/01/2025
ATHENS

www.cxsummit.gr



Marketing Week

ΤΕΥΧΟΣ No.1692

30 ΣΕΠ. - 13 ΟΚΤ. 2024

ΤΙΜΗ: 6,00 ΕΥΡΩ

ISSN 2585-2396

www.marketingweek.gr



GOCAR

Η μεγαλύτερη πλατφόρμα ενημέρωσης και υπηρεσιών για το αυτοκίνητο

NEMO

«Το GOCAR είναι η μεγαλύτερη πλατφόρμα ενημέρωσης για το αυτοκίνητο στην Ελλάδα»

Της Ευγενίας Κουτήφαρη, ekoutifari@boussias.com

Δεκαπέντε χρόνια μετά τη δημιουργία του, το GOCAR έχει εξελιχθεί στο μεγαλύτερο οικοσύστημα ψηφιακών Μέσων και υπηρεσιών, αποκλειστικά για τον χώρο του αυτοκινήτου και της κινητικότητας. Η ιδρύτρια και εκδότριά του, αλλά και Managing Partner της [NEMO](#), Δήμητρα Σχοινοχωρίτη μας μιλάει για αυτήν την πορεία ανάπτυξης, αλλά και το μέλλον, όχι μόνο των εκδόσεων, αλλά και συνολικά του κλάδου της αυτοκίνησης.

Δεν είναι συχνό φαινόμενο στο τιμόνι ενός Μέσου για το αυτοκίνητο να συναντάμε μια γυναίκα. Ειδικότερα, για την Ελλάδα, είναι μάλλον μοναδικό, που όμως και εξηγείται και έχει στέρεα θεμέλια. Άλλωστε, η επαγγελματική σχέση της Δήμητρας Σχοινοχωρίτη με τον κλάδο της αυτοκίνησης ξεκινάει πολύ πριν το [GOCAR](#), στο τμήμα PR μίας από τις πιο δημοφιλείς μάρκες αυτοκινήτου στην Ελλάδα. Για περισσότερο από μία δεκαετία παραμένει -παρά τις επαγγελματικές μετακινήσεις- πιστή στον κλάδο, αναλαμβάνοντας σταδιακά όλο και μεγαλύτερα καθήκοντα και ευθύνες. Στα τέλη των 00s, σε μια μάλλον παράδοξη χρονική στιγμή, με την Ελλάδα να μπαίνει στην κρίση, καλλιεργείται η ιδέα του GOCAR, που παίρνει σάρκα και οστά την Άνοιξη του 2010.

«Ο χώρος της αυτοκίνησης είναι γοητευτικός» σημειώνει η κα Σχοινοχωρίτη στη συνάντησή μας. «Είναι επιδραστικός και καθοριστικός για τη ζωή μας ως καταναλωτές. Για την οικονομία αποτελώντας ένα μεγάλο κομμάτι του ΑΕΠ, αλλά και το περιβάλλον, αφού από το αυτοκίνητο ξεκινάει σε ένα μεγάλο βαθμό η ενεργειακή μας μετάβαση», προσθέτει. «Είχα την ευκαιρία και το προνόμιο να διαπιστώσω

από πολύ κοντά το παγκόσμιο αποτύπωμα του. Στις επισκέψεις μου στις μονάδες παραγωγής σε όλο τον κόσμο, στις διεθνείς εκθέσεις αυτοκινήτου, στις ενέργειες σύνδεσης του αυτοκινήτου με μεγάλα αθλητικά γεγονότα, όπως οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Σημαντικές παραστάσεις που σε βοηθούν να κατανοήσεις το μέγεθος και τη σημασία του και οι οποίες αναζωπυρώνουν τη φλόγα να συνεχίσεις να δραστηριοποιείσαι μέσα στους κόλπους του. Δεν έχει σημασία από ποια πλευρά τον "υπηρετείς". Είτε από την πλευρά της εταιρείας-κατασκευαστή είτε από εκείνη των media η έλξη είναι εξίσου δυνατή» καταλήγει.

Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ GOCAR

Πώς όμως αποφάσισε να περάσει στην αντίπερα όχθη; «Τα media ήταν κομμάτι των σπουδών μου, στο αυτοκίνητο ξεκίνησα από την επικοινωνία, διατηρώντας στενή συνεργασία με τα Μέσα και σχεδιάζοντας τα πλάνα της εταιρείας. Μάλιστα ασχολήθηκα συνειδητά με την ψηφιακή επικοινωνία σε μία περίοδο που μάλλον οι περισσότεροι την απέφευγαν, είτε από άγνοια είτε από φόβο. Το κύμα της ψηφιακής επικοινωνίας ερχόταν, οπότε η μετάβαση στις ψηφιακές εκδόσεις και υπηρεσίες ήταν μονόδρομος» αναφέρει.

Όμως την ώρα που γεννιέται το GOCAR ξεκινάει η μεγάλη οικονομική κρίση. «Σκεφτήκατε να κάνετε πίσω;» την ρωτάμε. «Οχι! Μπορεί το GOCAR να δημιουργήθηκε ακριβώς σ' αυτή τη χρονική συγκυρία, όμως είδα την κρίση ως ευκαιρία για να προχωρήσω, όχι ως δικαιολογία για να σταματήσω τα σχέδιά μου» σημειώνει. Άλλωστε, όπως προσθέτει «την ίδια χρονική περίοδο ξεκινάει και ο ψηφιακός μετασχηματισμός στον κλάδο του αυτοκινήτου, οπότε η ιδέα ενός ψηφιακού Μέσου για την αυτοκίνηση, που θα ξεφεύγει από τα μέχρι τότε στερεότυπα και θα μελετάει ή θα αφουγκράζεται αυτές τις αλλαγές ευθυγραμμίζεται και με τις νέες ανάγκες που επίσης προκύπτουν».

«Αυτό ήταν και το όραμά μας για το GOCAR» συνεχίζει, στον πληθυντικό πλέον, μνημονεύοντας όλη την ομάδα

«Προσωπικά πιστεύω ότι έρχονται καταπληκτικοί καιροί, με τον μετασχηματισμό του αυτοκινήτου, των media, αλλά και τον "μετασχηματισμό" του κοινού»



Δήμητρα Σχοινοχωρίτη, Εκδότρια GOCAR και Managing Partner της NEMO

του GOCAR και της NEMO. «Θέλαμε να ξεφύγουμε από την πεπατημένη, από το comfort zone ενός κλασικού περιοδικού αυτοκινήτου, παράγοντας πρωτότυπο και χρήσιμο περιεχόμενο. Να μιλήσουμε για πράγματα που πραγματικά έχουν σημασία, για την αυτοκίνηση, την κινητικότητα και την κουλτούρα της. Ήμασταν αποφασισμένοι να φτιάξουμε ό,τι καλύτερο στον χώρο του ειδικού Τύπου για το αυτοκίνητο, αξιοποιώντας και τις υψηλές επιπέδους τεχνολογίες που μας παρείχε η NEMO. Στόχος μας δεν ήταν απλώς να σχεδιάσουμε μία έκδοση, αλλά να δομήσουμε σταδιακά μία ολιστική πλατφόρμα, ένα ολοκληρωμένο ψηφιακό περιβάλλον με περιεχόμενο και υπηρεσίες για τους καταναλωτές και την αγορά της αυτοκίνησης και της κινητικότητας ευρύτερα».

Αυτή τη στιγμή το οικοσύστημα του GOCAR απαρτίζεται μια σειρά δραστηριοτήτων. Το site GOCAR.GR, το μηνιαίο -και διπλά χρυσό στα DIME Awards- ψηφιακό περιοδικό, GOCAR MAGAZINE με περισσότερα από 130 τεύχη στα 11 χρόνια παρουσίας, mobile & TV apps και το [Automotive Business Hub](#), που προσφέρει υπηρεσίες ψηφιακής επικοινωνίας, τεχνολογικές λύσεις και περιεχόμενο στις επιχειρήσεις του κλάδου. «Η δημιουργία του Automotive Business Hub δεν προέκυ-

ψε ξαφνικά. Ήταν στο αρχικό μας πλάνο, ως η μετεξέλιξή μας σε κάτι μεγαλύτερο από ένα ψηφιακό Μέσο ενημέρωσης, σε μια πλατφόρμα παροχής υπηρεσιών προτιθέμενης αξίας στις εταιρείες, χάρη στο εξαιρετικό know how μας στον χώρο του αυτοκινήτου και στις δυνατότητες και στις ανάγκες προβολής μέσα στο ψηφιακό περιβάλλον» σημειώνει. «Συνολικά, ως GOCAR είμαστε πλέον η μεγαλύτερη πλατφόρμα ενημέρωσης και υπηρεσιών επικοινωνίας στο χώρο του αυτοκινήτου. Αυτός ήταν εξ αρχής ο μεγάλος μας στόχος. Στο GOCAR προσφέρουμε αυτό που στο marketing ονομάζουμε augmented products and services, διατηρώντας ενεργά και με αμφίδρομη δράση τα κανάλια επικοινωνίας με τους αναγνώστες και την αγορά. Το site μας έχει σταθερά περισσότερους από 1 εκατομμύριο μοναδικούς, μηνιαίους αναγνώστες, ενώ μέσω της συνολικής μας δραστηριότητας προσεγγίζουμε περισσότερους από 2,5 εκατομμύρια χρήστες τον μήνα. Παράλληλα, οι συνεργασίες μας μέσω του Automotive Business Hub περιλαμβάνουν σχεδόν το σύνολο της αγοράς αυτοκινήτου, επιδόσεις για τις οποίες είμαστε υπερήφανοι».

«Υπάρχει κάποιο μυστικό επιτυχίας στις παραπάνω επιδόσεις;» ρωτάμε την κα Σχοινοχωρίτη. «Η βαθιά γνώση μας

για τον κλάδο, η κατανόηση των αλλαγών που συντελούνται στην αγορά και στο ψηφιακό περιβάλλον, στις συνήθειες των καταναλωτών και των αναγνωστών. Δομήσαμε -και συνεχίζουμε να το κάνουμε- μια συντακτική ομάδα από επαγγελματίες που έχουν γράψει -κυριολεκτικά και μεταφορικά- χιλιάδες χιλιόμετρα στο αυτοκίνητο και στα media. Είναι μια ομάδα που διαχρονικά από το 2010 μέχρι και σήμερα, έχει περιέργεια όχι μόνο για καθετί νέο στον χώρο της αυτοκίνησης, αλλά και στο πώς οι νέες τεχνολογίες βοηθούν στην καλύτερη προβολή της δουλειάς τους. Και βέβαια είναι το τεχνολογικό DNA της NEMO, που διαθέτει κορυφαία τεχνολογία στην υλοποίηση πολύ απαιτητικών έργων στο digital περιβάλλον ή στο video streaming, γράφοντας τις δικές της σημαντικές επιτυχίες εδώ και δύο δεκαετίες. Όλοι μας, μοιραζόμασταν το ίδιο όραμα, να δημιουργήσουμε το καλύτερο Μέσο για το αυτοκίνητο και την κινητικότητα στην Ελλάδα. Με αποφασιστικότητα και τόλην το κατακτήσαμε και είμαι πολύ χαρούμενη και ευγνώμων για τους συνεργάτες μου. Κοιτώντας πίσω στον χρόνο, τις προκλήσεις που αντιμετωπίσαμε, μόνο περήφανη μπορώ να αισθάνομαι ως εκδότρια για τις επιτυχίες μας. Και είμαι απολύτως σίγουρη ότι στο μέλλον



Στο GOCAR επενδύσαμε από πολύ νωρίς στο video περιεχόμενο και σήμερα είμαστε ο μεγαλύτερος παραγωγός video για το αυτοκίνητο και την κινητικότητα στην Ελλάδα. Το managing team του GOCAR, από αριστερά: Δήμητρα Σχοινοχωρίτη, Παναγιώτης Τριανταφυλλίδης, Λουκάς Παπαλάμπρος, Μιχάλης Γεωργιάδης

θα είμαστε ακόμα πιο δυνατοί, με ακόμα περισσότερες καινοτόμες ιδέες».

Στην Ελλάδα τα ψηφιακά Μέσα για το αυτοκίνητο βρίσκονται συνήθως κάτω από την ομπρέλα μεγαλύτερων εκδοτικών προσπαθειών. Το GOCAR άλλαξε τον κανόνα, υπό την έννοια ότι είναι μια ανεξάρτητη έκδοση που δεν ανήκει στην ομπρέλα ενός συμβατικού εκδοτικού ομίλου. Αναπόφευκτα προκύπτει και το ερώτημα για την κα Σχοινοχωρίτη. «Πόσο δύσκολη είναι αυτή η “ανεξάρτητη δραστηριότητα” του GOCAR και ποιες ευκαιρίες δημιουργεί»;

«Ίσως ένας μεγάλος οργανισμός μπορεί να προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα, όπως π.χ. η εύκολη πρόσβαση σε πόρους, ακόμα και ένα δίκτυ ασφαλείας για όσους εργάζονται. Εμείς, επειδή είμαστε ανεξάρτητοι, έχουμε και μεγαλύτερη ελευθερία έκφρασης. Μπορούμε να κινηθούμε και να μετασχηματιστούμε ταχύτερα, να δοκιμάσουμε γρήγορα φρέσκες ιδέες και να τις θέσουμε σε εφαρμογή. Να επενδύσουμε σε καινοτομία και σε νέες προσεγγίσεις και να τις κάνουμε κτήμα του GOCAR και του οικοσυστήματός μας. Για παράδειγμα, επενδύσαμε από πολύ νωρίς στο video περιεχόμενο και είμαστε παρόντες σε όλες τις οθόνες, ακριβώς όπως και ο καταναλωτής-αναγνώστης. Σήμερα είμαστε ο μεγαλύτερος παραγωγός video για το αυτοκίνητο και την κινητικότητα στην Ελλάδα. Οι αλλαγές στο

ευρύτερο περιβάλλον δραστηριοποίησής μας είναι ταχύτερες και είναι απαραίτητο εξίσου γρήγορα να απαντάμε σε αυτές τις ανάγκες».

ΠΡΟΚΛΗΣΗ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΑ Ο ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΥ ΚΑΙ MEDIA

Η αυτοκίνηση βρίσκεται σε μία περίοδο μετασχηματισμού, οι αλλαγές που συντελούνται θα είναι πολύ μεγαλύτερες από αυτές που έγιναν στα 100 και πλέον χρόνια ιστορίας του αυτοκινήτου. Ηλεκτροκίνηση, συνδρομητικές υπηρεσίες, νέα μοντέλα ιδιοκτησίας, ψηφιακές εφαρμογές και υποδομές, τεχνητή νοημοσύνη, δημιουργούν ένα νέο, πρωτόγνωρο τοπίο για την αυτοκίνηση και την κινητικότητα, με σημαντικές προκλήσεις και νέες ευκαιρίες σημειώνει και η κα Σχοινοχωρίτη στην κουβέντα μας. «Για μας στο GOCAR, όλες αυτές οι πολυδιάστατες, -τεκτονικές, θα τις χαρακτηρίζα-

«Θέλαμε να ξεφύγουμε από την πεπατημένη και να μιλήσουμε για όσα πραγματικά έχουν σημασία, για την αυτοκίνηση, την κινητικότητα και την κουλτούρα της»

αλλαγές δεν είναι απλώς τάσεις και γεγονότα που καταγράφουμε. Επιλέγουμε συνειδητά να συμμετέχουμε ενεργά στο δημόσιο διάλογο που προκαλούν, τόσο μέσα από τις μελέτες και τις έρευνές μας όσο και με την ενεργό συμμετοχή μας σε συνέδρια υψηλού κύρους, όπως το Οικονομικό Φόρουμ των Δελφών ή το Electric Vehicles Conference».

Αλλαγές που δεν περιορίζονται μόνο στην αυτοκίνηση και την κινητικότητα συνολικά, αλλά αφορούν και τα media, σπεύδει να προσθέσει η κα Σχοινοχωρίτη. «Προσωπικά πιστεύω ότι έρχονται καταπληκτικοί καιροί. Αναφέρθηκα πριν στον μετασχηματισμό του αυτοκινήτου, αλλά ταυτόχρονα συμβαίνει και ο μετασχηματισμός των media, με την ανάπτυξη προσωποποιημένων εφαρμογών και υπηρεσιών ενημέρωσης, αξιοποιώντας τεχνολογίες, όπως το AI. Παράλληλα συμβαίνει και μια τρίτη αλλαγή, ο “μετασχηματισμός” του κοινού, με νέες γενιές ανθρώπων που έχουν διαφορετικές απαιτήσεις από την αυτοκινητοβιομηχανία. Έχουν ακόμα μεγαλύτερη ευαισθησία σε θέματα περιβάλλοντος και βιωσιμότητας, έχουν απαιτήσεις για απρόσκοπτη και αδιάλειπτη εμπειρία σε έξυπνα οχήματα. Στο GOCAR διακρίνουμε αυτές τις αλλαγές και μετασχηματιζόμαστε και εμείς με τη σειρά μας» αναφέρει, σημειώνοντας ταυτόχρονα ότι όλες αυτές οι δραστικές αλλαγές σε τεχνολογίες, τρόπο ζωής, μοντέλα χρήσης επαναφέρουν στο προσκήνιο τον παλιό ρόλο των media, ως εργαλείο εκπαίδευσης. «Αν πάμε πίσω στις δεκαετίες του '80 και του '90 για παράδειγμα μπορούμε να εντοπίσουμε έντυπα που άφησαν βαθύ αποτύπωμα στον ειδικό Τύπο, παρουσιάζοντας στο κοινό νέες τεχνολογίες και τάσεις, συμβάλλοντας και σε τεράστια σημασία θέματα, όπως π.χ. η οδική ασφάλεια. Ερχόμενοι στο σπ-μερα, βλέπω ότι σε αυτό το περιβάλλον μετασχηματισμού της αυτοκινητοβιομηχανίας, τα media καλούνται και πάλι να παίξουν αυτόν τον εκπαιδευτικό ρόλο, εξετάζοντας πώς μεταβάλλεται η αυτοκίνηση και η κινητικότητα συνολικά και τι σημαίνουν αυτές οι αλλαγές για όλους μας. Media που θα αναδεικνύουν επίσης τις σημαντικές επενδύσεις Ελλήνων επιχειρηματιών σε υποδομές, σε υψηλής ποιότητας χώρους παρουσίασης, σε υπηρεσίες μετά την πώληση σε όλη την Ελλάδα. Όλα τα παραπάνω είναι κομμάτι της κουλτούρας μας στο GOCAR».



Η μοναδική στην αγορά του αυτοκινήτου ομάδα του GOCAR, ένα κράμα από έμπειρους δημοσιογράφους digital experts, photo και video producers.

AUTOMOTIVE BUSINESS HUB

Το Automotive Business Hub (ABH) δημιουργεί εξειδικευμένα ψηφιακά εργαλεία και καθολικές λύσεις επικοινωνίας για την αγορά του αυτοκινήτου, αξιοποιώντας τη βαθιά γνώση του GOCAR για το αυτοκίνητο, την εμπειρία της NEMO στην ανάπτυξη εφαρμογών τεχνολογίας, αλλά και το in house τμήμα creative & video production. Έναν συνδυασμό που δεν συναντάται σε κανένα άλλο agency της αγοράς.

Στο portfolio του ABH περιλαμβάνονται υπηρεσίες, όπως η υλοποίηση customised εφαρμογών και websites, υπηρεσίες digital activation, διαχείριση Social Media, παραγωγή corporate videos, υπηρεσίες native content και ψηφιακής σήμανσης, σχεδιασμός και υλοποίηση σεμιναρίων, events και test drives. Και συνεργασίες με όλες σχεδόν τις εταιρείες του ευρύτερου κλάδου του Αυτοκινήτου και της Κινητικότητας.

Σημαντικό σταθμό για το ABH αποτελεί η υλοποίηση της έντυπης μελέτης «Ο Ψηφιακός Μετασχηματισμός της Αγοράς Αυτοκινήτου | 2020», του πρώτου και μοναδικού μέχρι στιγμής ολοκληρωμένου report από ανεξάρτητη εταιρεία για τον μετασχηματισμό του κλάδου.

Σε λίγους μήνες η κα Σχοινοχωρίτη θα συμπληρώσει 15 χρόνια στο... τιμόνι του GOCAR. Τη ρωτήσαμε λοιπόν για τις ιδιαιτερότητες που μπορεί να έχει το σπάνιο φαινόμενο της γυναικείας παρουσίας σε ηγετική θέση στον χώρο της αυτοκίνησης και των εκδόσεων. «Από την αρχή της καριέρας μου ως στέλεχος στον χώρο του αυτοκινήτου γνώριζα ότι έμπαινα σε έναν ανδροκρατούμενο κλάδο. Αντιμετώπισα προκαταλήψεις, όμως πήρα και πολύ σημαντικές ευκαιρίες εξέλιξης της καριέρας μου. Ναι, είμαστε λίγες οι γυναίκες σε θέσεις ευθύνης στην αγορά αυτοκινήτου και στα media, όμως έχουν γίνει βήματα σε σχέση με το παρελθόν και οι δύο κλάδοι προσφέρουν τον χώρο, το κίνητρο και τις προοπτικές για να διαπρέψουμε πολλές περισσότερες στο μέλλον». **MW**