MEDIA

Νέες επενδύσεις για τον όμιλο Antenna

Ο όμιλος Antenna συνεχίζει τις επενδύσεις, με πιο πρόσφατη την συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο της Cheddar, γνωστή ως «CNN των millennials», ένα από τα ταχύτερα αναπτυσσόμενα ειδησεογραφικά δίκτυα στην Αμερική για νεανικά κοινά. Μεταδίδει καθημερινά live ειδήσεις που αφορούν σε καινοτόμα θέματα, τεχνολογία και οικονομία, μέσα από μία φρέσκια ματιά. Ο όμιλος Antenna σκοπεύει να αναπτύξει συνέργειες με την Cheddar στο συγκεκριμένο τομέα. Επίσης, μέσω της συμμετοχής του στο μετοχικό κεφάλαιο της επενδυτικής τράπεζας Raine Group, ο όμιλος Antenna συμμετέχει στο μετοχικό κεφάλαιο της Propagate, μιας εκ των κορυφαίων εταιρειών παραγωγής τηλεοπτικών σειρών παγκοσμίως. Μέσω της επένδυσης αυτής, ο Antenna επιδιώκει να εξασφαλίσει περαιτέρω τεχνογνωσία στην ανάπτυξη και παραγωγή τηλεοπτικών σειρών τόσο για την Ελλάδα όσο και για τις υπόλοιπες χώρες στις οποίες δραστηριοποιείται.

MARKETING

Συνεργασία BAT Hellas και Nobacco

Η British American Tobacco Hellas προχωρά σε στρατηγική συνεργασία με τη Nobacco, φέρνοντας στην ελληνική αγορά τα ηλεκτρονικά τσιγάρα του ομίλου, Vype. Σύντομα, οι Έλληνες καταναλωτές θα έχουν τη δυνατότητα να αγοράζουν τα ηλεκτρονικά τσιγάρα της British American Tobacco από όλα τα καταστήματα και το δίκτυο πωλήσεων της Nobacco. Η συνεργασία αυτή αποδεικνύει, όπως επισημαίνει, τις διαρκείς επενδύσεις και τη δέσμευση της British American Tobacco στην ελληνική οικονομία.

ADVERTISING

BRB Creative Concepts: Νέα εταιρεία επικοινωνίας

BRB Creative Concepts είναι η επωνυμία μίας νέας εταιρείας που δημιούργησε η Έλενα Γεωργανά. Η εταιρεία έρχεται να φέρει μία νέα προσέγγιση στον χώρο της Διαφήμισης και των Δημοσίων Σχέσεων, με δημιουργικά concepts, τα οποία φιλοδοξούν να εξελίσσονται σε αυτόνομα brands. Στις βασικές της αξίες είναι η μοναδικότητα των ιδεών, το πάθος στην εκτέλεσή τους και το αίσθημα μεγαλοσύνης που δημιουργούν στους αποδέκτες τους. Πρώτο πρότζεκτ της εταιρείας, η οποία δραστηριοποιείται σε Ελλάδα και Κύπρο, η διοργάνωση της παρουσίασης γυαλιών ηλίου και οράσεως του ιστορικού ιταλικού οίκου GF Ferre, για λογαριασμό της εταιρείας V-Italian Concepts και της PS Group. Η Έλενα Γεωργανά είναι στέλεχος με πολυετή εμπειρία, έχοντας για πολλά χρόνια υπ' ευθύνη της τη Γενική Διεύθυνση της Swarovski Hellas. Τελευταία της συνεργασία, η οποία και συνεχίζεται, είναι με το CEO Clubs Greece, ως Executive Vice President Strategy & Partnerships.

Marketing... Rules!

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

Του Χρήστου Μηλιώνη,
Marketing Manager, JDE Greece & Cyprus

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... να καταφέρει να βρει το μαγικό σημείο ισορροπίας μεταξύ του βραχυπρόθεσμου και του μακροπρόθεσμου, μεταξύ του γνωστού και του αγνώστου, μεταξύ του παραδοσιακού και του καινοτόμου, μεταξύ της ασφάλειας και του ρίσκου. Μέσα σε συνεχείς αλλαγές και αντιφατικές ανάγκες, το marketing πρέπει να ισορροπήσει μαγικά, διατηρώντας με το κοινό του τη σχετικότητα και την διαχρονικότητα, συμβάλλοντας παράλληλα στο μέγιστο αποτέλεσμα πωλήσεων.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... ο «εκδημοκρατισμός» της επικοινωνίας, όπου η δύναμη του ενός και η αλληλεπίδρασή του με τη μάρκα είναι εξίσου σημαντική με τη μαζική επικοινωνία. Κάποια από τα παραδοσιακά μέσα έχουν σχεδόν αντικατασταθεί από το digital και αυτή τη στιγμή ζούμε τη διαδικασία «εκδημοκρατισμού» παραδοσιακά μαζικών μέσων όπως η τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Η επικοινωνία δεν μπορεί να κλείσει τα αυτιά της σε αυτή την αλλαγή. Η δημιουργικότητα πρέπει να βρει τη χρυσή τομή ανάμεσα στο προσωπικό και το μαζικό, προσαρμόζοντας το μήνυμα στις ανάγκες του «εκδημοκρατισμού» της επικοινωνίας.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... όταν είχα την πρώτη μου εμπειρία στο φεστιβάλ δημιουργικότητας Cannes Lions και εντυπωσιάστηκα από το μεγάλο αριθμό των αξιοζήλευτων δημιουργικών εργασιών. Εκεί κάθε χρόνο επιβεβαιώνεται ότι η δημιουργικότητα είναι ανεξάντλητη και μπορεί να δημιουργήσει «κίνημα» αγάπης γύρω από μια μάρκα, αρκεί να βασίζεται σε απλά, ξεκάθαρα και δυνατά insights.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... κάθε φορά που ασχοληθήκαμε με πράγματα που δεν μας πήγαν ένα βήμα μπροστά.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... ίδιες με τις βασικές δεξιότητες του σήμερα. Διορατικότητα, στρατηγική σκέψη και ανάγκη για καινοτομία. Αυτό που πρέπει να προστεθεί είναι δυνατές δόσεις προσαρμοστικότητας και ευελιξίας ώστε οι marketers να ανταποκριθούν στο γρήγορο ρυθμό αλλαγών που επιβάλει η τεχνολογία αλλά και στην αυξανομένη ανάγκη για μεγιστοποίηση του αποτελέσματος με χαμηλότερο κόστος.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... δημιουργούσα μια «χρονοκάψουλα» για να ταξιδέψουμε στο μέλλον και να εμπνευστούμε αλλά και για να πάμε στο παρελθόν για να μάθουμε. Έτσι θα έδινα στους marketers τη δυνατότητα να απογειώσουν τη διορατικότητά τους και στους διαφημιστές μια μοναδική πηγή έμπνευσης. Σε όλους τους υπόλοιπους; Θα έδινα χαμόγελα και χρήματα για να μπορούν να απολαμβάνουν τις υπέροχες δημιουργίες μας…

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