ADVERTISING

Στη MullenLowe η Περιφέρεια Ηπείρου

Η MullenLowe Athens αναδείχθηκε νικήτρια στο spec της Περιφέρειας Ηπείρου για το έργο «Δικτύωση και Προβολή του Τουρισμού της Περιφέρειας Ηπείρου». Ο προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται σε 1.499.860 ευρώ με ΦΠΑ, με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών διαφήμισης και μάρκετινγκ, διαφημιστικής εκστρατείας, προώθησης και έρευνας αγοράς. Ενδεικτικά, στα κυριότερα προτεινόμενα και περιγραφόμενα μέσα – τεχνικές τουριστικής προβολής της περιφέρειας Ηπείρου περιλαμβάνεται η συμμετοχή σε εκθέσεις, τα ταξίδια εξοικείωσης, οι υπηρεσίες αναβάθμισης δικτυακής πύλης (portal), η παραγωγή προωθητικού υλικού, η δημιουργία και λειτουργία γραφείου τουριστικής δημοσιότητας, οι υπηρεσίες προβολής στα ΜΜΕ και οι δράσεις προώθησης αγροδιατροφικών προϊόντων.

DIGITAL NEW MEDIA

Στη 4WiseMonkeys η Barilla

Η Barilla επέλεξε κατόπιν spec τη 4WiseMonkeys ως το νέο agency για το στρατηγικό πλάνο digital προώθησης και επικοινωνίας των προϊόντων της. Η συνεργασία των δύο εταιρειών εγκαινιάστηκε με την καμπάνια «Master Class» με τον Chef Πάνο Ιωαννίδη. Στο πλαίσιο αυτής της καμπάνιας, το κοινό μπαίνοντας στο www.barillamasterclass.gr, έχει την ευκαιρία να παρακολουθήσει 3 Master Class του Πάνου Ιωαννίδη και να μάθει τα πάντα γύρω από την τέχνη των ζυμαρικών. Τα Master Class videos ξεκλειδώνονται διαδοχικά και στη συνέχεια ο χρήστης τεστάρει τις γνώσεις που μόλις απέκτησε για να αποκτήσει το δικό του Master of Pasta δίπλωμα, υπογεγραμμένο από τον Chef. Όλοι οι Masters of Pasta μπαίνουν στην κλήρωση για να συμμετάσχουν σε ένα Live Master Class με τον Πάνο Ιωαννίδη, με το οποίο θα κορυφωθεί η ενέργεια. Η καμπάνια υποστηρίζεται με ένα πλούσιο επικοινωνιακό πλάνο με dedicated social media content σε Facebook, Instagram, αλλά και στο YouTube (prerolls, stories, carousels & video/animated formats).

DIGITAL NEW MEDIA

Στη Steficon η MetLife

Την Steficon επέλεξε η MetLife ως Agency of Record στην Ελλάδα, με κύριους τομείς δραστηριοποίησης τα digital marketing, social media & video production. Το πρόσφατο rebranding της εταιρείας αποτέλεσε ιδανική ευκαιρία για την προβολή και προώθησή της στα σύγχρονα μέσα επικοινωνίας. *«Η συνεργασία με την Steficon θα ενισχύσει την προσπάθεια για εξωστρέφεια στην επικοινωνία μας, χρησιμοποιώντας περισσότερο τα digital κανάλια»,* δήλωσε ο Σταύρος Μιχαηλίδης, Head of Communication & Marketing της MetLife. Η Head of Client Services της Steficon, Κάτια Βλαντίκα δήλωσε: *«Είναι τιμή μας που αναλαμβάνουμε μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου. Είμαστε έτοιμοι να ξεκινήσουμε δυναμικά, συνδυάζοντας τη δημιουργικότητα και την τεχνογνωσία μας με το κύρος και την εμπειρία της MetLife».*

Marketing... Rules!

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

Του Γιάννη Μιχάλαρου,
Global Marketing Director, FrieslandCampina

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... Να παραμείνουν οι marketers συντονισμένοι και σε εγρήγορση, καθώς οι νέες τεχνολογίες αλλάζουν γρήγορα. Internet of things, AI, voice recognition technology, data driven marketing, είναι μια νέα πραγματικότητα και δημιουργούν μια δυσκολία: πώς να σταματήσεις να σκέφτεσαι όπως παλιά σε ένα κόσμο τελείως ψηφιακό. Στα media, το σκηνικό περιπλέκεται και οι προκλήσεις μεγαλώνουν τόσο για την touch point στρατηγική, όσο και ως προς την αποτελεσματικότητα της διαφημιστικής επένδυσης. Οι καταναλωτές έχουν αυξανόμενες προσδοκίες και 24/7 πληροφόρηση, συνειδητοποιούν τις πρακτικές μάρκετινγκ και απαιτούν διαφάνεια. Την ίδια στιγμή, γίνεται πιο δύσκολο και ακριβό να βρίσκεται κανείς πάντα εκεί όπου βρίσκεται ο καταναλωτής του.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Το Voice activation. Ένα από τα μεγαλύτερα καινούρια πράγματα στα media και στο τρόπο επικοινωνίας των brands με τους καταναλωτές αλλά και των καταναλωτών μεταξύ τους είναι η τεχνολογία φωνής. Όλο αυτό έχει μεγάλη επίπτωση στις στρατηγικές SEO αλλά και στην αγοραστική συμπεριφορά. Μήπως οι εταιρείες τεχνολογίας θα είναι τελικά επικεφαλής των σχέσεων με τους καταναλωτές;

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... Μετά από περίπου 20 χρόνια στο μάρκετινγκ των FMCG, αυτή η δουλειά μου αρέσει ακόμα και αισθάνομαι ότι μπορώ να δώσω πολλά. Δουλεύοντας και εκτός Ελλάδος, συνειδητοποιώ το αχρησιμοποίητο δυναμικό της χώρας μας, ειδικά στον τομέα του τουρισμού. Θα ήταν ενδιαφέρον να είμαι μέρος ενός startup σε αυτό το χώρο.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... Δεν πιστεύω στις χαμένες ευκαιρίες. Πάντα παίρνουμε μία απόφαση με τα δεδομένα που έχουμε την εκάστοτε στιγμή. Κάτι που φαντάζει σήμερα σαν χαμένη ευκαιρία, αύριο μπορεί να αποδειχθεί ο λόγος για κάτι καλύτερο και σπουδαιότερο.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... Εμπορική αντίληψη, ψηφιακές δεξιότητες και ταλέντο με τους ανθρώπους. Ευελιξία, σαφήνεια, δυνατότητα να παίρνει καλύτερες αποφάσεις πιο γρήγορα, χρησιμοποιώντας την τεχνολογία. Τέλος, να είναι επικεντρωμένος στο να φτιάχνει brands που έχουν σκοπό, που είναι πιστά στην υπόσχεσή τους, κάθε μέρα και παντού.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing»... Θα το χρησιμοποιούσα για να προβλέψω τι θα συμβεί την επόμενη εικοσαετία στο marketing. Τις τελευταίες 2 δεκαετίες, βρεθήκαμε αντιμέτωποι με την ψηφιακή επανάσταση. Πώς θα μοιάζει το marketing του μέλλοντος;

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

Σ Δ Ε