

MEDIA

## Στην Minds η εφημερίδα Μακεδονία

**Μετά από πολύμηνη απουσία**, η εφημερίδα Μακεδονία επιστρέφει στις 9 Σεπτεμβρίου, ενώ επίσης σε λειτουργία τίθεται ξανά και το portal makthes.gr. Την καμπάνια λανσαρίσματος και των δύο Μέσων σε BTL και ATL media, ανέλαβε η Minds. Το δημιουργικό concept έρχεται να ανατρέψει την άποψη που λέει ότι «οι εφημερίδες πέθαναν», τοποθετώντας την εφημερίδα Μακεδονία ως ένα ξεχωριστό έντυπο, μέσα από πλάνα όπου το μαύρο διαδέχεται το λευκό, οι λέξεις εμφανίζονται και χάνονται και η ιστορία ξαναγράφεται. Όπως είναι γνωστό, η ιστορική εφημερίδα της Θεσσαλονίκης καθώς και η εφημερίδα «Θεσσαλονίκη», ανέστειλαν την έκδοσή τους τον Οκτώβριο του 2017. Ωστόσο, 24 εργαζόμενοι στο δημοσιογραφικό συγκρότημα της «Μακεδονίας» εξασφάλισαν το δικαίωμα χρήσης των τίτλων των δύο εφημερίδων δημιουργώντας Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (ΚΟΙΝΣΕΠ). Η ΚΟΙΝΣΕΠ ίδρυσε εταιρικό σχήμα στο οποίο εισήλθαν 20 γνωστοί επιχειρηματίες μέσω Αύξησης Μετοχικού Κεφαλαίου, οι οποίοι πρόσφεραν τα κεφάλαια για την χρηματοδότηση της επανέκδοσης της «Μ» καθώς και της λειτουργίας του «makthes.gr». Καθόκοντα Εκδότη και Διευθυντή Έκδοσης έχει αναλάβει ο Μιχάλης Αλεξανδρίδης, ο οποίος είναι επίσης Εκτελεστικός Αντιπρόεδρος ΔΣ. Πρόεδρος είναι ο Βασίλης Τακάς, Αντιπρόεδροι ο Χασδάι Καπόν και ο Λεωνίδας Φάκας, ενώ τη θέση του Διευθύνοντος Συμβούλου στο ΔΣ έχει αναλάβει ο Παναγιώτης Αλεξανδρίδης. Μέλη είναι οι Γιάννης Μασούτης, Πρόεδρος ΕΒΕΘ, Θανάσης Σαββάκης, Πρόεδρος ΣΒΒΕ, Γιώργος Κωνσταντόπουλος, Πρόεδρος ΣΕΒΕ, Γιώργος Μπίκας, Πρόεδρος Επιμελητηρίου Ημαθίας, Παναγιώτης Μενεξόπουλος, Γενικός Γραμματέας ΕΒΕΘ, Σταύρος Κουμεντάκης, Δικηγόρος, Νομικός Σύμβουλος της εταιρείας.

ADVERTISING

## Στην BBDO ανέθεσε η Pilot

**Σε συνεργασία με την BBDO** προχώρησε η Matalon AE, αποκλειστική αντιπρόσωπος των ειδών γραφικής ύλης Pilot στην Ελλάδα. Συγκεκριμένα, η BBDO επιμελείται την καμπάνια επικοινωνίας για τα 100 χρόνια Pilot και για τα συλλεκτικά μοντέλα Mika, τα οποία έχουν σχεδιαστεί από τον ομώνυμο τραγουδιστή. Η καμπάνια περιλαμβάνει επικοινωνία στα social media και στην Google, ενώ αναμένεται να «τρέξει» μέσα στο ερχόμενο τρίμηνο.

ADVERTISING

## Στην Choose η «Μακεδονική Κουζίνα»

**Την Choose επέλεξε** η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας για την ανάθεση, κατόπιν διαγωνισμού, του έργου «Δράσεις Προώθησης της Μακεδονικής Κουζίνας», συνολικού προϋπολογισμού 170.000 ευρώ. Συμμετοχή στον διαγωνισμό είχαν καταθέσει, μεταξύ άλλων, και οι εταιρείες NOBASEPT, Orange, Cloudprint, Next.Com και Win.

## Marketing... Rules!

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



Της Τζελίνας Κουκουμέλη,  
Marketing Director KPI KPI A.E

**Η μεγαλύτερη πρόκληση για το marketing σήμερα...** θεωρώ ότι είναι η υλοποίηση μίας φρέσκιας ιδέας μελετώντας και προλαβαίνοντας τα διεθνή trends. Μιας ιδέας που θα προσφέρει κάτι ιδιαίτερα ωφέλιμο στον καταναλωτή. Η νέα τάση θέλει το brand σε κοινωνικούς ρόλους αντιμετωπίζοντας με τις καμπάνιες κοινωνικά ζητήματα και φωτίζοντας νέους τρόπους πιο υγιούς καταναλωτισμού με βαθύτερα νοήματα για την ζωή, για τις σχέσεις και για το περιβάλλον.

**Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι...** η στροφή στα digital media, παρότι η τηλεόραση συνεχίζει να είναι το πιο effective και φθινό μέσο. Είναι η μεταφορά της σκυτάλης της επικοινωνίας από τους διαφημιστές της μάρκας στους influencers, καθώς επίσης και η αλληλεπίδραση μεταξύ μάρκας και καταναλωτή ή χρήστη. Τα social media με την συμμετοχή του κόσμου μπορούν να απογειώσουν τη μάρκα ή να την καταστρέψουν και αυτό είναι τεράστια πρόκληση, ωστόσο, απαιτεί ουστή διαχείριση και προσοχή.

**Μια δουλειά που ζήλεψα είναι...** τα πολύ επιτυχημένα start ups, με τα οποία σκέφτομαι να ασχοληθώ παράλληλα για την εξυπηρέτηση ενός... «υψηλότερου σκοπού», ακόμη και εθελοντικά πέραν της Βιομηχανίας Τροφίμων που τόσο αγαπώ... Η εμπειρία μου ως manager και marketer θα μπορούσε να φανεί χρήσιμη σε νέους που ξεκινούν τώρα και έχουν οράματα, ιδέες και δεν θέλουν να φύγουν αναγκαστικά στο εξωτερικό.

**Μια χαμένη ευκαιρία ήταν...** η μετάθεσή μου στο εξωτερικό πριν από μερικά χρόνια, την οποία δεν δέχθηκα, και η οποία σήμερα δεν ξέρω πού θα μπορούσε να με είχε οδηγήσει. Ως άνθρωπος όμως στηρίζω τις επιλογές μου. Δεν μετανιώνω και προχωρώ με δύναμη και χαρά σε κάθε σταυροδρόμι της ζωής. Είμαι ευτυχής από θέση!

**Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι...** στρατηγική σκέψη, περιέργεια, αισιοδοξία, πάθος και ευελιξία. Η τελευταία επιβάλλεται λόγω της ιλιγγιώδους ταχύτητας των εξελίξεων, ειδικά στην digital πραγματικότητα, παράλληλα με δεξιότητες στα data analytics που θα φωτίζουν εγκαίρως τις ευκαιρίες. Και, φυσικά, να είναι πολίτης του κόσμου για να μπορεί να ανακαλύπτει πρώτος τα trends.

**Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing»...** θα δημιουργούσα ένα προϊόν που θα χάριζε νεότητα και ευτυχία στον κόσμο και όλα αυτά σε ένα αγνό, Ελληνικό γιαουρτάκι Κρι Κρι!!!

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

