

ADVERTISING

Στην BGM OMD η BDF

Η BGM OMD ανέλαβε τον λογαριασμό media της Beiersdorf για την ελληνική αγορά, μετά από spec που διεξήχθη σε περιφερειακό επίπεδο. Η σύμβαση των δύο πλευρών είναι τριετής, με τη συνεργασία να ξεκινά από τον Ιανουάριο του 2019. Σημειώνεται ότι το περιφερειακό spec που έτρεξε η Beiersdorf αφορούσε στις αγορές της Ισπανίας, της Πορτογαλίας, της Ιταλίας και της Ελλάδας.

MARKETING

Στρατηγική συνεργασία Nielsen και Convert Group

Σε στρατηγική συνεργασία προχωρούν η Nielsen και η Convert Group, με σκοπό την εξεύρεση συνεργιών στην ελληνική αγορά. Με την παρούσα συμφωνία και οι δύο εταιρείες προσθέτουν αξία στις υπηρεσίες που προσφέρουν στους πελάτες τους στην Ελλάδα, με μετρήσιμα οφέλη: την ολιστική προσέγγιση του offline και online καναλιού των super markets για τα Ταχυκίνητα Καταναλωτικά Προϊόντα (FMCGs). Αποτέλεσμα της συνεργασίας αυτής, σε πρώτη φάση, θα είναι η δημιουργία ετήσιας έκθεσης για το έτος 2018, που θα περιλαμβάνει δεδομένα της επίδοσης τόσο των φυσικών όσο και των ηλεκτρονικών super markets, παρουσιάζοντας σφαιρική άποψη του λιανεμπορίου στην Ελλάδα, καθώς και συγκρίσεις της απόδοσης διαφόρων κατηγοριών/εταιρειών/προϊόντων στα δύο αυτά κανάλια. Η ετήσια έκθεση διατίθεται από σήμερα έως τέλος Δεκεμβρίου και διαμορφώνεται στις ανάγκες και τις κατηγορίες της κάθε εταιρείας FMCG που θα την παραγγείλει.

PUBLIC RELATIONS

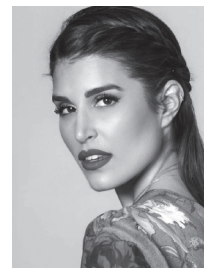
Στην Outstand η Yoleni's

Η Yoleni's επέλεξε την Outstand Communications για τη διαχείριση της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων του brand. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Outstand Communications αναλαμβάνει την παροχή υπηρεσιών Δημοσίων Σχέσεων, προγράμματα για influencers και τη διοργάνωση events με στόχο να επικοινωνηθούν οι υπηρεσίες και τα προϊόντα που προσφέρει το Yoleni's Greek Gastronomy Center. Η Yoleni's ξεκίνησε επίσημα τη δράση της το 2013 ως το μεγαλύτερο ηλεκτρονικό delicatessen 1.000 και πλέον ελληνικών προϊόντων. Τον Νοέμβριο του 2016, η εταιρεία, έχοντας χαράξει νέο στρατηγικό σχεδιασμό, προχώρησε στη δημιουργία του πρώτου φυσικού της καταστήματος στο κέντρο της Αθήνας. Το αποτέλεσμα της μετάβασης από το ηλεκτρονικό στο φυσικό ράφι, ήταν η «ναυαρχίδα» του εγχειρήματος, το Yoleni's Greek Gastronomy Center στο Κολωνάκι, «το οποίο αποτελεί τον μεγαλύτερο πολυχώρο ελληνικής γαστρονομίας και παράλληλα το «σπίτι» του Έλληνα παραγωγού, προωθώντας τη βασική αξία που χαρακτηρίζει την εταιρεία "Όλοι μαζί μία Ελληνική - Μεσογειακή οικογένεια", όπως επισημάνει η ανακοίνωση.

Marketing... Rules!

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

*Της Έλενας Δομαζάκη,
Head of Communications @ Digital Marketing,
Creta Farm*



Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... Ένα offline αγαθό σε μία online επικοινωνία. Η ικανότητα να πείσεις αρχικά τα εσωτερικά κοινά να προσαρμοστούν σε καινοτόμα forms ερευνώντας με ενδελέχεια το πού απευθύνονται. Και, έπειτα, η ικανότητα να τοποθετηθείς στο νου του κοινού στόχου όταν δε το περιμένει.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Ο άνθρωπος! Πλήξαμε από μαγικά δημιουργικά και τέλεια εικόνα. Ο άνθρωπος θέλει επαφή με τον άνθρωπο. Θέλει συναίσθημα. Να ταυτιστεί μαζί σου. Να νιώσει ότι κάπου ανήκει. VR, AI, AR, οκ! Οι τάσεις, στην επικοινωνία, είναι όπως η μόδα. Κάθε χρόνο, τεράστια brands ορίζουν τα trends αλλά αν δεν ταιριάζει στο στυλ σου, αν δεν μπορείς ή δε θέλεις να το στηρίξεις τότε προτιμότερο είναι να απέχεις.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... Σιχαίνομαι τη λέξη αυτή. Μπορώ να πω με ειλικρίνεια ότι στεναχωρήθηκα όταν δεν κληρώθηκα για τη visa στις Η.Π.Α όπου ζούσα και δούλευα. Όμως, νιώθω τυχερή που γύρισα στη χώρα μας και ευλογημένη που η δουλειά μου είναι βασισμένη στις δύο μου πιο μεγάλες αγάπες: στο φαγητό και στον άνθρωπο!

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... Όταν γίναμε ματαιόδοξοι. Θέλουμε να τα πούμε όλα. Θέλουμε να ανήκουμε παντού. Ποιο απ' όλα που έχεις να πεις είναι αυτό που πρέπει να πεις, αυτή τη στιγμή, σε αυτό το κοινό με αυτόν τον τρόπο. Λέξεις όπως η καινοτομία έχουν καταντήσει τετριμμένες. Εταιρείες που όντως καινοτομούν, δεν έχουν τον κίνδυνο της εφευρετικότητας αλλά τον κίνδυνο της προτεραιοποίησης.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... Η γρήγορη προσαρμοστικότητα σε αλλαγές και η κάθε «νίκη» στη διεκυστική παράδοση-innovation. Η ικανότητα να ερμηνεύσει τη μετάβαση από την πελατοκεντρικότητα στην ανθρωποκεντρικότητα.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... δημιουργούσα μια νοητή ευθεία. Θα μας συγκέντρωνα όλους. Θα ζητούσα να βγάλουμε τα παπούτσια μας, να ανταλλάξουμε ζευγάρι με το διπλανό μας και να κρατηθούμε από τα χέρια για να δημιουργήσουμε μια παράλληλη νοητή γραμμή στην ευθεία. Θα «απαιτούσα» να πάμε όλοι one step back, ώστε να δούμε πιο καθαρά από τη θέση του άλλου. Τότε μόνο ίσως μπορούσαμε να κάνουμε το marketing καλύτερο. Μαζί.

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

