MARKETING

Σε νέα μεγάλη επένδυση η Nestlé Ελλάς

Νέα επένδυση ύψους 8,5 εκατ. ευρώ, στο εργοστάσιο καφέ στα Οινόφυτα, ολοκλήρωσε η Nestlé Ελλάς. Η επένδυση αφορά σε νέες εγκαταστάσεις καβουρδίσματος ελληνικού καφέ και εντάσσεται σε ευρύτερο επενδυτικό πλάνο συνολικού ύψους άνω των 20 εκατ. ευρώ για την τελευταία τριετία. Στο εργοστάσιο των Οινοφύτων γίνεται η συνολική παραγωγή του ελληνικού καφέ Λουμίδης Παπαγάλος καθώς και η συσκευασία του στιγμιαίου Nescafé Classic για την ελληνική αγορά. Όπως επισημάνθηκε, η επένδυση αυξάνει σημαντικά τις δυνατότητες για εγχώρια παραγωγή (ήδη το 63% του ετήσιου κύκλου εργασιών προέρχεται από προϊόντα που παράγονται στην Ελλάδα), αλλά και τη δυνατότητα για παραγωγή που προορίζεται για εξαγωγές. Όπως είναι γνωστό, η Nestlé Ελλάς λειτουργεί σήμερα δύο εργοστάσια στην Ελλάδα: του καφέ στα Οινόφυτα Βοιωτίας και του φυσικού μεταλλικού νερού Κορπή στο Μοναστηράκι Βόνιτσας.

ADVERTISING

Η Admine στο roster της Wind Ελλάς

Η Admine θα είναι πλέον ο στρατηγικός συνεργάτης της καρτοκινητής Q. Η ανάθεση έγινε μετά από διαδικασία spec για το επαναλανσάρισμα της Q, η οποία εντάσσεται στο portfolio της Wind Ελλάς, βάζοντας έτσι την διαφημιστική στο roster των επικοινωνιακών συνεργατών του τηλεπικοινωνιακού παρόχου. Σύμφωνα με πληροφορίες, σκοπός είναι η επανατοποθέτηση της Q ως ενός online brand, με ενέργειες προβολής που θα κινηθούν ως επί το πλείστον σε online περιβάλλον, ενώ οι πρώτες ενέργειες αναμένεται να βγουν στον αέρα στο άμεσο μέλλον.

PUBLIC RELATIONS

Στη Valuecom η Fresh Line

Η εταιρεία φυσικών καλλυντικών Fresh Line επέλεξε τη Valuecom για τον σχεδιασμό και την υλοποίηση ολοκληρωμένου προγράμματος δημοσίων σχέσεων, προβολής και προώθησης των προϊόντων και του εταιρικού προφίλ της στην ελληνική αγορά. Οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν γραφείο Τύπου, media relations, influencers marketing και events. Στόχος της συνεργασίας είναι η ενδυνάμωση της εικόνας της Fresh Line στο offline και online περιβάλλον, μέσω αποτελεσματικών τακτικών επικοινωνίας. Η Valuecom είναι ένα διακεκριμένο ελληνικό Creative Marketing Agency, το οποίο συνδυάζει τις υπηρεσίες επικοινωνίας και ψηφιακής στρατηγικής, δημιουργώντας εμπειρίες για τον καταναλωτή. Αποστολή της είναι η αποτελεσματική επικοινωνία των brands offline και online, που βασίζεται στη σύνδεση των physical activations με το digital περιβάλλον, κάνοντας τον ίδιο τον καταναλωτή ambassador της μάρκας.

Marketing... Rules!

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

Της Μαρλέν Τάμπετ,
Διευθύντρια Marketing, Beiersdorf Hellas

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... να προσφέρουμε προϊόντα που απαντάνε στις σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών μας και να γίνουμε κομμάτι της καθημερινότητάς τους. Αυτό, μεταφράζεται σε δεκάδες «υποκατηγορίες» προκλήσεων με κυριότερες αυτές της παρακολούθησης των τάσεων της αγοράς, της ανάδειξης των καινοτόμων προϊόντων, της προσήλωσης στη δημιουργία εμπειριών και της εγρήγορσης αναφορικά με τις αλλαγές που επιφέρει η εξέλιξη της τεχνολογίας. Η digital εποχή του marketing είναι εδώ και οφείλουμε να είμαστε ευέλικτοι και να δοκιμάζουμε αυτούς τους νέους τρόπους επικοινωνίας που μας προσφέρει αυτό το νέο κανάλι.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Η στροφή στο βελτιωμένο και integrated storytelling του brand. Σε ένα περιβάλλον που βομβαρδίζεται όλο και περισσότερο από μηνύματα, το «storytelling» αποτελεί τη νέα αποτελεσματική μορφή ειλικρινούς επικοινωνίας με τον καταναλωτή. Αυτό, με τη σειρά του δημιουργεί την ανάγκη για περισσότερο «ουσιαστικό περιεχόμενο».

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... αυτή που επιφέρει θετική αλλαγή στη ζωή κάποιου άλλου ή συνεισφέρει στο κοινωνικό σύνολο. Έχω ιδιαίτερη αδυναμία στα προγράμματα κοινωνικής προσφοράς και προσπαθώ, ακόμα και μέσα από τον επαγγελματικό μου ρόλο, να «προσφέρω», αξιοποιώντας τη δύναμη των brands προς όφελος πρωτοβουλιών και οργανισμών με κοινωνικό έργο.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... όταν δεν ήμασταν σίγουροι για μια ενέργεια και δεν πήραμε το ρίσκο να την δοκιμάσουμε. Σίγουρα υπάρχουν επιλογές που κάνουμε και εκ των υστέρων τις επανεξετάζουμε στη λογική του «what if» αλλά οι επιλογές μας είναι άρρηκτα συνδεδεμένες με τη στιγμή στην οποία τις κάνουμε, και από κάθε εμπειρία μας έχουμε κάτι να μάθουμε.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... προσαρμοστικότητα, δημιουργικότητα, περιέργεια και πολλή όρεξη για μάθηση. Να είναι πάντα σε μια κατάσταση εγρήγορσης και απορρόφησης πληροφοριών και ερεθισμάτων. Οτιδήποτε μπορεί να αποτελέσει έμπνευση για την επόμενη μεγάλη ιδέα!

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... ήθελα να μοιραζόμουν με όλους τους συναδέλφους του marketing τη μυστική συνταγή μιας επιτυχημένης καμπάνιας!

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