ADVERTISING

Στη The Newtons Laboratory τα Goody's

Η The Newtons Laboratory ανέλαβε τον δημιουργικό λογαριασμό επικοινωνίας της αλυσίδας Goody's. Όπως είναι γνωστό, τον λογαριασμό χειρίζονταν προηγούμενα οι Cream & Rascal, οι οποίες και παραιτήθηκαν -συνολικά από το δημιουργικό των λογαριασμών της MIG που είχαν στο portfolio τους-, μετά την απόφαση της MIG τον Απρίλιο να μετακινήσει από την Cream τα media του Ομίλου. Η νέα ανάθεση στη The Newtons Laboratory έγινε μετά από διενέργεια σχετικού spec. Μέχρι στιγμής, δεν έχει ακόμη βγει on air νέα επικοινωνία Goody's με την υπογραφή της The Newtons Laboratory.

MARKETING

Νέες επενδύσεις από τη Μινέρβα

Σε νέες παραγωγικές επενδύσεις προχωρά η Μινέρβα, συνεχίζοντας τη στρατηγική της για μετασχηματισμό σε μια σύγχρονη βιομηχανία με ευρείες δραστηριότητες στον κλάδο των τροφίμων. Πρόσφατα ολοκληρώθηκε η νέα επένδυση ύψους 2 εκατ. ευρώ για τη μεταφορά και εκσυγχρονισμό της γραμμής παραγωγής ΤΟΠ από τον Πειραιά στο Σχηματάρι. Πρόκειται για τη δημιουργία μιας νέας, σύγχρονης γραμμής παραγωγής που αφ' ενός επεκτείνει την παραγωγική δυναμικότητα των προϊόντων ξιδιού και παράλληλα δίνει τη δυνατότητα για ανάπτυξη και δημιουργία νέων καινοτόμων προϊόντων. Το εργοστάσιο στο Σχηματάρι αναδεικνύεται σε αιχμή του δόρατος για τις πολυσχιδείς δραστηριότητες της Μινέρβα, καθώς συγκεντρώνει το μεγαλύτερο μέρος των παραγόμενων προϊόντων (ελαιόλαδο, βούτυρο, μαργαρίνη, έλαια, ξίδι). Η νέα γραμμή παραγωγής του ΤΟΠ αποδίδει ήδη στη δημιουργία και στο λανσάρισμα δύο νέων προϊόντων ξιδιού. Το ξίδι με φράουλα και το ξίδι με πορτοκάλι εμπλουτίζουν τη γκάμα ΤΟΠ με νέα προϊόντα που ξεχωρίζουν για τον φρουτένιο χαρακτήρα, το άρωμα και την ποιότητά τους. Παράλληλα, με το νέο λανσάρισμα ξεκινά και η νέα συνεργασία της Μινέρβα με τη σεφ Αργυρώ Μπαρμπαρίγου, η οποία υποστηρίζεται από διαφημιστική καμπάνια.

PUBLIC RELATIONS

Στην Touchpoint τα OK! Anytime Markets

Την Touchpoint Strategies επέλεξαν τα OK! Anytime Markets για την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών δημοσίων σχέσεων και επικοινωνίας. Ειδικότερα, μετά τον σχεδιασμό και την ανάπτυξη του νέου website των OK! Anytime Markets, η Touchpoint αναλαμβάνει το συνολικό πρόγραμμα επικοινωνίας της εταιρείας το οποίο περιλαμβάνει σχεδιασμό στρατηγικής και συμβουλευτικής επικοινωνίας, διαμόρφωσης εταιρικού προφίλ, προγράμματος media relations, γραφείου Τύπου, διοργάνωσης εκδηλώσεων, καθώς και πλάνο ενεργειών εταιρικής κοινωνικής ευθύνης.

Marketing... Rules!

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

Της Μάγιας Στυλιανού,
Marketing, Corporate Communications & CSR Director, Elpedison S.A.

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing είναι... να κάνει την εκάστοτε μάρκα να εμπνέει. Να μιλά στο μυαλό και την καρδιά του καταναλωτή, με τρόπο αυθεντικό και ενιαίο, μέσα από όλα τα σημεία επαφής μαζί του και να προκαλεί τη δράση του. Να μπορεί ο καταναλωτής να βρει το προϊόν ή την υπηρεσία που τον ενδιαφέρει εύκολα και παντού, κάθε στιγμή.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... η αύξηση του storytelling μέσα από digital κανάλια, κυρίως τα Social Media. Η αύξηση του Mobile Marketing, με κυρίαρχα χαρακτηριστικά το multi-screening (χρήση 2 συσκευών ταυτόχρονα), το mobility και η χρήση smartphones. Η χρήση τεχνολογιών για ενίσχυση της εμπειρίας του πελάτη, όπως τεχνολογίες Proximity (Near Field, Beacons) και Augmented Reality, όπου ο περιβάλλον κόσμος γίνεται διαδραστικός καθώς και, σταδιακά, η ενσωμάτωση Τεχνητής Νοημοσύνης σε πολλά έργα και εκφάνσεις του Marketing.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... αυτή του Marketing Officer στη NASA, γιατί μπορώ να φανταστώ τις προκλήσεις και τα μοναδικά στο είδος τους, συναρπαστικά έργα, που θα έχει κάθε φορά να φέρει εις πέρας.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... Μια χαμένη ευκαιρία μπορεί να καταστεί η αφορμή για να αναθεωρήσει κανείς τον τρόπο που αξιολογεί τις καταστάσεις και τα δεδομένα που πιστεύει ότι γνωρίζει. Έτσι, η χαμένη ευκαιρία γίνεται η αιτία να εντοπίσει κανείς την αμέσως επόμενη και, αυτή τη φορά, να την αξιοποιήσει στο έπακρο.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... όπως σήμερα, να σκέφτεται δημιουργικά, ευέλικτα και καινοτόμα, πάντα με ποσοτικά στοιχεία, συγκεκριμένη στρατηγική και προς όφελος του πελάτη. Να προσφέρει στον καταναλωτή λύσεις και όχι απλά ένα ακόμα προϊόν ή υπηρεσία. Να αξιοποιεί κάθε νέα τεχνολογία με στόχο τη δημιουργία υπεραξίας για τον πελάτη. Να παρακολουθεί τις εξελίξεις στην αγορά και τις ενδεχόμενες αλλαγές συμπεριφοράς των καταναλωτών, ώστε να απαντά αποτελεσματικά και με ταχύτητα στις διαφοροποιημένες ανάγκες τους. Να είναι «φορέας κουλτούρας» της εταιρείας του, φροντίζοντας κάθε δράση του να έχει συνέχεια και συνέπεια, να πραγματώνει την υπόσχεση του brand και να το ενισχύει.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... ήθελα να μπω στη μηχανή του χρόνου και να μεταφερθώ τουλάχιστον μισό αιώνα μετά, για να δω πώς θα έχουν μετεξελιχθεί τα προϊόντα και τα brands, τα εργαλεία marketing και οι διαθέσιμες τεχνολογίες. Είμαι σίγουρη πως τίποτα δεν θα θυμίζει το σήμερα!

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

Σ Δ Ε