

PUBLIC RELATIONS

Στο Publicis Groupe η Adidas Hellas

To Publicis Groupe επέλεξε η Adidas Hellas μετά από διαδικασία κλειστού spec, ως στρατηγικό συνεργάτη για τις υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων και social media. Συγκεκριμένα, η Publicis αναλαμβάνει τον στρατηγικό σχεδιασμό και την υλοποίηση των υπηρεσιών δημοσίων σχέσεων, γραφείου Τύπου, media relations, influencers marketing, PR showroom και social media management της Adidas Hellas για τα επόμενα δύο χρόνια. Στόχος της συνεργασίας είναι η προσέγγιση με ακόμα αποτελεσματικότερο τρόπο των κοινών της Adidas στην Ελλάδα, με πρωτότυπα concepts και κατάλληλες επιλογές στα social media, τα παραδοσιακά και τα new Media και τους influencers, ακολουθώντας σε κάθε περίπτωση την data driven προσέγγιση του Publicis Groupe που συνδυάζει δημιουργικότητα και τεχνολογία. Ο CEO του Publicis Groupe NA Ευρώπης, Αντώνης Πασσάς, δήλωσε: «Είμαστε πολύ περήφανοι που ένα κορυφαίο brand μας εμπιστεύτηκε για να δημιουργήσουμε μαζί. Επιπλέον, είμαστε ιδιαίτερως χαρούμενοι γιατί αποδεικνύεται πως το μοντέλο Power of One του Publicis Groupe μπορεί να εξυπηρετήσει καλύτερα και αποτελεσματικότερα πελάτες όπως η Adidas, αφού τους προσφέρει διασυνδεδεμένες υπηρεσίες επικοινωνίας, δημιουργώντας ομάδες με τους κατάλληλους experts από διάφορα disciplines, ανάλογα με τις εκάστοτε ανάγκες τους».

ADVERTISING

ΕΔΕΕ: Ζητά επαναφορά παραμέτρων διαφάνειας στους διαγωνισμούς Δημοσίου

Με επιστολή που υπογράφει ο Πρόεδρος της Ένωσης, Μανόλης Παπαπολύζος, η ΕΔΕΕ απευθύνεται στους Υπουργούς Δραγασάκη και Παππά ζητώντας την επαναφορά των προβλέψεων διαφάνειας στη διαφημιστική προβολή του Δημοσίου. Πιο συγκεκριμένα, ζητά να επανέλθει στους διαγωνισμούς προβολής του Δημοσίου η συμμετοχή εκπροσώπου της ΕΔΕΕ ως εμπειρογνώμονα χωρίς δικαίωμα ψήφου στις Επιτροπές Αξιολόγησης και η υποχρέωση πιστοποίησης υποψήφιων αναδόχων κατά το πρότυπο ΕΛΟΤ 1435/2009 «Υπηρεσίες επικοινωνίας – Απαιτήσεις για παρόχους». Όπως αναφέρει η ΕΔΕΕ, για τον κλάδο της επικοινωνίας καμία από τις παραπάνω ρυθμίσεις δεν συνδέεται με επιχειρηματικό όφελος, ενώ αντίθετα, απαιτείται χρονική δέσμευση για τα στελέχη και οικονομικό κόστος για τις εταιρείες. Ωστόσο, «τέτοιες ρυθμίσεις, συμβάλλουν στην ομαλή συνεργασία μεταξύ δημοσίου και ιδιωτικού τομέα και καταδεικνύουν τη σοβαρότητα στην αντιμετώπιση του επαγγελματικού μας αντικειμένου εκ μέρους του Κράτους, με ένα τρόπο σύγχρονο και διαφανή», επισημαίνει η Ένωση. Οι προβλέψεις αυτές καταργήθηκαν με τροπολογία και αναδρομικά από το 2016, στο πλαίσιο συμμόρφωσης του Ν.4412/2016. Πιστεύοντας ότι η κατάργηση έγινε εκ παραδρομής και ότι η κυβέρνηση δεν προχώρησε στη συνειδητή κατάργηση παραμέτρων διαφάνειας, η ΕΔΕΕ καλεί τα αρμόδια Υπουργεία να επαναφέρουν νομοθετικά την ισχύ των παραγράφων 1 και 3 του άρθρου 5 του Π.Δ.261/1997.

Marketing... Rules!

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

Της Αθηνάς Ποπώφ,
Marketing Manager Chocolate Greece,
Italy & Cyprus Mondelēz International Greece



«Εξωστρέφεια σε όλα τα επίπεδα»

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... πολλές και διαφορετικές. Με την αλλαγή να είναι το μόνο δεδομένο, θα έλεγα ότι το marketing πρέπει να ανταποκριθεί στο Digital Transformation, στη βελτιστοποίηση του ROI σε μεταβαλλόμενα budget, στο relevance αλλά σε πιο προσωπικό επίπεδο (personalization at scale). Επιπλέον, η συνέπεια, η ταχύτητα και η ικανότητα να ξεχωρίζεις είναι έννοιες που πρέπει να μας απασχολήσουν!

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Ως προς το «πώς», ξεκάθαρα το e-commerce, η δραματική αύξηση του Mobile, η ανάγκη για omni-channel επικοινωνία. Ως προς το «τι», η συνεπής επικοινωνία με τους καταναλωτές αλλά με συνεχόμενη εξέλιξη του μηνύματος. Με άλλα λόγια: Το σωστό μήνυμα, στο σωστό εργαλείο επικοινωνίας, στη σωστή στιγμή!

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... το Fearless Girl! Η απλότητα και δύναμη της ιδέας, το «μεγαλείο» του μηνύματος και της εκτέλεσης, σε συνδυασμό με όλο το buzz που δημιούργησε, την κάνουν μία από τις πιο fearless καμπάνιες που έχω δει μέχρι σήμερα!

Μια χαμένη ευκαιρία είναι... όταν αργείς ή δεν μπορείς να δεις τις τάσεις των καταναλωτών και πώς αυτές θα σε βοηθήσουν να προσαρμοστείς το πλάνο σου.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... ατελείωτη λίστα! Strategic Thinking, Creativity, δυνατότητα να επηρεάσεις, αναλυτική σκέψη και πολλά πολλά άλλα! Ο marketer πρέπει να κατέχει δεξιότητες σε όλα τα επίπεδα - από το πιο μικρό (μία παρουσίαση) μέχρι το πιο μεγάλο (στρατηγικό πλάνο του brand την επόμενη 5ετία). Αν παρ' όλα αυτά είχα να επιλέξω ένα, θα έλεγα την προσαρμοστικότητα στα νέα δεδομένα που δημιουργεί η αγορά.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... επιβεβαιώνα ότι όλοι οι marketers είναι εξωστρεφείς! Πολλές φορές τείνουμε να επικεντρωνόμαστε σε δικά μας εσωτερικά προβλήματα και «ξεχνάμε» τι πραγματικά θέλει ο καταναλωτής / πελάτης μας εκεί έξω. Τείνουμε να δουλεύουμε στρατηγικές με βάση τα δικά μας ζητούμενα χωρίς να επιβεβαιώνουμε ότι αυτό ακριβώς ζητάει ή περιμένει από εμάς ο κόσμος! Εξωστρέφεια λοιπόν σε όλα τα επίπεδα!

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

