

PUBLIC RELATIONS

Η Outstand νικήτρια στο spec της Reebok

Στην Outstand Communications ανέθεσε η Reebok τη διαχείριση της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων του brand, κατόπιν διαδικασίας κλειστού spec. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Outstand Communications αναλαμβάνει την παροχή υπηρεσιών Δημοσίων Σχέσεων και Γραφείου Τύπου, τη συγγραφή και αποστολή Δελτίων Τύπου, καθώς επίσης και τις σχέσεις με media και στυλίστες. Παράλληλα, η Outstand Communications είναι υπεύθυνη για τον σχεδιασμό προγραμμάτων με influencers, την προώθηση και δημιουργική επικοινωνία νέων product launches, όπως επίσης και για την ad hoc διοργάνωση εκδηλώσεων με στόχο να προωθηθούν τα προϊόντα της αθλητικής εταιρείας. Στόχος είναι η προσέγγιση των κοινών της Reebok στην Ελλάδα με αποτελεσματικό και δημιουργικό τρόπο και η αύξηση του brand awareness.

MARKETING

Ολικό επαναλανσάρισμα για το Κρίς Κρίς

Η Elbisco προχώρησε σε ολικό επαναλανσάρισμα της μάρκας Κρίς Κρίς, υπό τη νέα φιλοσοφία και ταυτότητα του brand «Ζυμώνει ό,τι αξίζει». Στο πλαίσιο αυτό, το Κρίς Κρίς παρουσιάζει στην αγορά το 1ο «Ψωμί για Τοστ» χωρίς προσθήκη ζάχαρης αλλά με όλη τη γεύση και τις «Φέτες Ζωής» χωρίς προσθήκη ζάχαρης και με τις ιδιότητες του εξαιρετικού παρθένου ελαιολάδου και του φύτρου σταριού. Επίσης, σε νέες συσκευασίες κυκλοφορεί η σειρά «Τόστιμο!». Η νέα φιλοσοφία του Κρίς Κρίς «Ζυμώνει ό,τι αξίζει» παρουσιάζεται στους καταναλωτές μέσα από ολοκληρωμένη καμπάνια επικοινωνίας above-the-line, online και social media, αλλά και σε σημεία πώλησης, με ειδικές προβολές, γευστικές δοκιμές και προωθητικά προγράμματα. Την Πέμπτη 14 Φεβρουαρίου, η φιλοσοφία «Ζυμώνει ό,τι αξίζει» παρουσιάστηκε στο πλαίσιο ειδικής εκδήλωσης σε συνεργάτες, εκπροσώπους των MME food experts και food bloggers, με τη συμμετοχή του σεφ Δημήτρη Σκαρμούτσου και του διατροφολόγου, Λάμπρου Μελίστα.

ADVERTISING

Η winmasters με νέα επικοινωνιακή πολιτική

Στον «αέρα» βρίσκεται η νέα τηλεοπτική καμπάνια της winmasters.gr, του διεθνούς online gaming brand που δραστηριοποιείται νόμιμα και στην Ελλάδα. Στόχος της νέας εκστρατείας με μήνυμα «Η διασκέδαση ξεκινάει στη winmasters» είναι να αναδείξει μέσα από μία εορταστική προσέγγιση, σε funky ρυθμούς, τις ατελείωτες στιγμές ψυχαγωγίας που μπορεί να βιώσει ένας παίκτης στο online καζίνο της εταιρείας, ανεβάζοντας ταυτόχρονα και τη διάθεση των τηλεθεατών. Το νέο τηλεοπτικό σποτ αποτελεί μια εσωτερική παραγωγή της δημιουργικής ομάδας της winmasters.

Marketing... Rules!

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



Του Σταύρου Παπαδόπουλου,
Marketing Director BSH Οικιακές Συσκευές Α.Β.Ε.

«Επένδυση σε αξίες»

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... Μέσα σε ένα γρήγορα εναλλασσόμενο ψηφιακό περιβάλλον, οι μάρκες που θέλουν να αυξήσουν την αξία τους, πρέπει να παρέχουν υψηλού επιπέδου προσωποποιημένη επικοινωνία και εμπειρίες/λύσεις στον καταναλωτή. Το συναισθηματικό δέσιμο μάρκας και καταναλωτή είναι πάντα μια πρόκληση. Τα μέσα και οι τεχνολογικές δυνατότητες είναι αυτά που το βοηθούν να γίνει πραγματικότητα ή όχι.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Ο γρήγορος και ολοκληρωτικός ψηφιακός μετασχηματισμός που έχει φέρει και θα συνεχίσει να εξελίσει το Internet of Things (IoT). Πολλές μάρκες προσπαθούν να δημιουργήσουν «δεσμούς» με τους καταναλωτές ψηφιακά, με μεγαλύτερη και μικρότερη επιτυχία. Οι μάρκες που πέτυχαν, επένδυσαν περισσότερο στην επικοινωνία των αξιών που προσβέβουν.

Μια δουλειά που ζήλεσα είναι... Θαυμάζω τις καλές δουλειές! Ειδικά αυτές που πετυχαίνουν έναν «δεσμό» με τον τελικό καταναλωτή και δημιουργούν ένα κύμα συναισθημάτων και μηνυμάτων τα οποία είναι δυνατά και με μεγάλη διάρκεια. Μια τέτοια δουλειά που θαύμασα στο ξεκίνημα της καριέρας μου ήταν η παγκόσμια καμπάνια της Nescafe «Open up», η οποία είχε καταφέρει να «ανοίξει» ορίζοντες και να «σπάσει» κάποια από τα ταμπού της εποχής.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... Η ακύρωση ενός πολλά υποσχόμενου project, λόγω πιθανού, πλην όμως μικρού σχετικά νομικού ρίσκου, πράγμα το οποίο με έχει οδηγήσει στο να κάνω challenge το παραμικρό εμπόδιο σε κάθε project.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... να προσαρμόζεται γρήγορα και αποτελεσματικά στις συνθήκες που επικρατούν και να μπορεί να «διαβάσει» μέσα από την πολύπλοκη καθημερινότητα τις μελλοντικές ανάγκες του καταναλωτή. Η δε κατάρτισή του στα ψηφιακά πεπραγμένα πρέπει να είναι συνεχής. Να είναι ανήσυχος, το μόντο «τίποτα δεν είναι τόσο καλό που να μην μπορεί να βελτιωθεί» πρέπει να γίνει οδηγός του.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... προκαλούσα όλους να περάσουν από το τμήμα marketing για ένα μήνα. Για να βιώσουν την ευθύνη και τη σημαντικότητα των καθημερινών αποφάσεών μας, απέναντι στην κάθε μάρκα που αναπτύσσουμε.

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

