DIGITAL NEW MEDIA

Η Convert Group επεκτείνεται

Έργα στο Λουξεμβούργο, στην Πολωνία, στη Ρουμανία και στην Τουρκία ανέλαβε μέσα στο πρώτο τρίμηνο του 2019 η Convert Group. Τα νέα συμβόλαια υπεγράφησαν με τις πολυεθνικές Rakuten, Philip Morris International και BIC και αφορούν έργα ψηφιακού μετασχηματισμού και omnichannel retail στις τοπικές αγορές. Η Philip Morris International αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και πιο επιτυχημένα digital transformation cases στον κόσμο, το οποίο η Convert Group ενεργά υποστηρίζει από το 2016 στην Ελλάδα με την συνεργασία της με την Παπαστράτος (θυγατρική της Philip Morris International). Ο ιαπωνικός κολοσσός Rakuten δραστηριοποιείται στις ασιατικές χώρες και πλέον επεκτείνεται με μεγάλη ταχύτητα και στην Ευρώπη, ενώ η BIC, με παρουσία σε 160 χώρες, προετοιμάζεται δυναμικά για την digital στρατηγική της. Η Convert Group σύντομα θα ανακοινώσει και την επέκτασή της σε νέες χώρες στην Ευρώπη με τοπικές υλοποιήσεις της παγκόσμιας καινοτομίας του eRetail Audit, της πλατφόρμας που μετράει μερίδια αγοράς για τα καταναλωτικά προϊόντα στους κλάδους του ηλεκτρονικού super market και του ηλεκτρονικού φαρμακείου.

ADVERTISING

Στην Producta Direct η Europa

Στη διαφημιστική Producta Direct ανέθεσε την επικοινωνία της η εταιρεία αλουμινίου, Europa, με απευθείας ανάθεση. Στο πλαίσιο αυτό, η Europa ξαναβγαίνει δυναμικά με νέα μεγάλη διαφημιστική καμπάνια σε όλα τα μεγάλα Μέσα, σε τηλεόραση και ραδιόφωνο. Η καμπάνια έρχεται να ενισχύσει την αναγνωρισιμότητα της Europa, κάνοντας αναφορά σε διαχρονικές αξίες και σύμβολα που είναι «ποτισμένα» στην ιδιοσυγκρασία και την κουλτούρα της χώρας, των ανθρώπων της και της εταιρείας. Αξίες όπως η αρχοντιά, η λεβεντιά, η δημιουργικότητα, το λευκό και το γαλάζιο, και η οικογένεια. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ελληνικότητα της εταιρείας που σηματοδοτείται σε όλα τα πλάνα του σποτ, τα οποία προέρχονται από καθαρώς ελληνικά τοπία, με ελληνικούς χαρακτήρες ως πρωταγωνιστές. Οι εικόνες συνοδεύονται από μουσική υπόκρουση του Σταμάτη Σπανουδάκη.

DIGITAL NEW MEDIA

Η ForestView ενισχύει το δυναμικό της

Στο ανθρώπινο δυναμικό της ForestView με καθήκοντα Client Service Director έχει ενταχθεί η Ειρήνη Περουτσέα, με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη υπηρεσιών στρατηγικού σχεδιασμού, creative και consulting services της εταιρείας. Η Ειρήνη Περουτσέα έχει μακροχρόνια εμπειρία στο χώρο της επικοινωνίας και διαφήμισης. Μέχρι σήμερα έχει αναλάβει θέσεις ευθύνης σε ελληνικές και πολυεθνικές διαφημιστικές, όπως Young & Rubicam, FCB Γνώμη και Havas Worldwide Athens, όπου διατέλεσε επίσης Client Service Director. Στην επαγγελματική της πορεία έχει συνεργαστεί με διαφημιζόμενους όπως Μπισκότα Παπαδοπούλου, Reckitt Benckiser, Volvo, Mercedes Benz, Philip Morris, Imperial Tobacco, Michelin, Sanofi Aventis και JTI.

Marketing... Rules!

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

Της Ιωάννας Βαρβαρίγου, Marketing Director, Korres

Καμπάνιες με σκοπό

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... η πραγματική σύνδεση με αληθινούς ανθρώπους, όπως ήταν πάντα. Απλά σήμερα η σύνδεση αυτή χρειάζεται να γίνει μέσα σε ένα γρήγορα μεταβαλλόμενο περιβάλλον και με την χρήση μέσων που είναι πιο πολύπλοκα από ποτέ.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... φυσικά το digital. Μέσα σε αυτό ξεχωρίζω την αξιοποίηση δεδομένων που αφορούν στους ανθρώπους που μας ενδιαφέρουν και την όλο και μεγαλύτερη σημασία του content. Σχετικά με το content, έχει τεράστια αξία η ποιότητα και εννοώ μια επικοινωνία με αυθεντικότητα, δημιουργική και πρωτότυπη.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... η καμπάνια της Adidas σε συνεργασία με την Parley «from threat into a thread» που αφορά στην προστασία των ωκεανών από το πλαστικό. Είναι μια καμπάνια που συνδυάζει εξαιρετικά το mission – social cause της εταιρείας που είναι κάτι που οι καταναλωτές όλο και πιο έντονα ζητούν από τις εταιρείες, με το product και φτάνει μέχρι consumer activation, θεωρώ με αριστοτεχνικό τρόπο. Είναι εντυπωσιακό το πόσο σημαντικά πράγματα μπορούμε να προσφέρουμε στην κοινωνία και να δώσουμε πίσω στους καταναλωτές μέσα από την δραστηριοποίηση των brands.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... όλες οι αξιόλογες δράσεις του brand που δεν έχουμε καταφέρει να επικοινωνήσουμε.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... πάρα πολλές! Εκτός από τα managerial skills που είναι γνωστά, θα πρόσθετα το πάθος για νέα πράγματα και την ικανότητα να εμπνεύσει και να οδηγήσει σε νέες καταστάσεις ανθρώπους μέσα και έξω από την εταιρεία. Τέλος, γρήγορη κατανόηση του τι περιμένει ο καταναλωτής αλλά και ικανότητα αποτελεσματικής επικοινωνίας με πολλούς και διαφορετικούς ανθρώπους σε μια εποχή που η επικοινωνία γίνεται όλο και πιο προσωπική.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... έχτιζα την κουλτούρα των ανθρώπων για να είναι πιο ανοιχτοί στα νέα αξιόλογα πράγματα που γεννιούνται αυτή την στιγμή σε παγκόσμιο επίπεδο.

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

ΣΔΕ