



### Marketing... Rules!

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

Της Μαργαρίτας Γκαμαλέτσου  
Διευθύντρια Επικοινωνίας @ Εταιρικών Σχέσεων,  
ΕΥΔΑΠ

## Η πρόκληση του integration

**Ο**ι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... να χτίσει ανατρεπτικές καμπάνιες, συνδυάζοντας αρμονικά τα digital και παραδοσιακά Μέσα και αντιμετωπίζοντας τις προκλήσεις του fragmented και πολυεπίπεδου μιντιακού περιβάλλοντος. Όσο προχωράμε στην τεχνολογία, το πολυπόθητο integration γίνεται πραγματικά μεγάλη πρόκληση!

**Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι...** τι άλλο, εκτός από τις digital καμπάνιες; Η ανάγκη για καλοδουλεμένο, πρωτότυπο και σχετικό content, προσαρμοσμένο στις ανάγκες του κάθε Μέσου, νομίζω ότι είναι το στοιχείο που κάθε επαγγελματίας της επικοινωνίας πρέπει να κερδίσει σήμερα. Από τη λίστα των trends βέβαια, δεν θα μπορούσα να παραλείψω και τον ρόλο του artificial intelligence στη βελτίωση του customer journey ή την τάση για χρήση όλο και περισσότερο έξυπνων τεχνολογιών από τους καταναλωτές όπως οι έξυπνες υπηρεσίες φωνής.

**Μια δουλειά που ζήλεψα είναι...** κάθε δουλειά που αποδεικνύει τη δύναμη του marketing να εμπνέει. Πρόσφατα, η καμπάνια της alfa, με αναφορές στο παρελθόν και στο ξεκίνημα της εταιρείας σε κηρούς -ανάλογους με τους τωρινούς- κατάφερε να κερδίσει την προσοχή μου, ως μια καλοδουλεμένη καμπάνια που συνδυάζει το συναίσθημα, την ιστορία αλλά και τις αξίες της εταιρείας που εμπνέουν μέχρι και σήμερα τη νέα γενιά να συνεχίζει το έργο της.

**Μια χαμένη ευκαιρία ήταν...** και είναι όταν η ρουτίνα της καθημερινότητας στερεί την ευκαιρία για δημιουργία! Νομίζω κάθε επαγγελματίας στον χώρο της επικοινωνίας θα πρέπει να αφιερώνει ποιοτικό χρόνο για να αναπτύσσει δεξιότητες, να εκτίθεται σε νέα ερεθίσματα και να φτιάχνει τις συνθήκες, ώστε να είναι πιο δημιουργικός και πιο ευρηματικός στην επικοινωνία με το κοινό.

**Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι...** να αντιλαμβάνεται τις εξελίξεις στον χώρο της επικοινωνίας πριν καν πραγματοποιηθούν, να προσαρμόζεται γρήγορα σε αυτές και να μαθαίνει ταχύτατα τις δυνατότητες που του παρέχει η τεχνολογία για την ανάπτυξη περισσότερο στοχευμένων επικοινωνιακών προγραμμάτων με μετρήσιμα αποτελέσματα.

**Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα...** φρόντιζα η τεχνολογία να εξυπηρετεί όχι μόνο τα νούμερα, αλλά και την ενδυνάμωση των ελκρινών σχέσεων με όλους τους stakeholders.

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



### ADVERTISING

## Στη Solid Havas η Innovis Health

**Η Solid Havas αναδείχθηκε** νικήτρια στο spec που διενήργησε η φαρμακευτική εταιρεία Innovis, για το σύνολο της ATL επικοινωνίας, καθώς και του content των Social Media της σειράς προβιοτικών και συμβιωτικών συμπληρωμάτων Lactotune. Η σειρά Lactotune αποτελείται από 7 κωδικούς με εξειδικευμένη δράση, που παρασκευάζονται στη Δανία. Η συνεργασία ξεκίνησε με την καμπάνια επικοινωνίας για το ιατροτεχνολογικό προϊόν Lactotune Fiber που συνδυάζει τα προβιοτικά με τις πρεβιοτικές ίνες Actilight για την αποκατάσταση της φυσιολογικής λειτουργίας του εντέρου και την ανακούφιση από τη δυσκοιλιότητα.

### ADVERTISING

## Στην Beyond η Ελληνικά Κελλάρια

**Η Beyond Communications ανέλαβε** τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της νέας καμπάνιας για τη σειρά κρασιών Αλλοτινό, της Ελληνικά Κελλάρια, με στόχους την ενίσχυση του brand awareness, τη δημιουργία word of mouth και το χτίσιμο θετικής, ισχυρής, ανταγωνιστικής εικόνας, συνδέοντας το brand με την καθημερινή διασκέδαση. Το χαρακτηριστικό σχήμα του μπουκαλιού αποτελεί την έμπνευση στην νέα καμπάνια, περικλείοντας εικόνες από μικρές, καθημερινές στιγμές γευστικής απόλαυσης που ο καταναλωτής χαίρεται να ζει και να μοιράζεται. Το Αλλοτινό γίνεται αφετηρία και κοινή βάση για συναθροίσεις φίλων και καθημερινές γευστικές διαδρομές, που θέλεις να ξαναζεις, όπως τονίζεται από τον τίτλο «Μπες στο πνεύμα» και το hashtag του brand #nataksanarioume. Η καμπάνια εμφανίζεται στην τηλεόραση, σε περιοδικά γεύσης και lifestyle, καθώς και σε digital Μέσα. Επίσης, θα πραγματοποιηθούν ενέργειες δημοσίων σχέσεων, προώθησης και δημοσιότητας με στόχο την προβολή μιας ολοκληρωμένης εικόνας για τη σειρά κρασιών Αλλοτινό.

### ADVERTISING

## Η Kaiser επιστρέφει στην τηλεόραση

**Με νέα τηλεοπτική καμπάνια** βρίσκεται εδώ και λίγες ημέρες στον «αέρα» η μπίρα Kaiser της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας. Την καμπάνια υπογράφει η McVictor & Hamilton, σηματοδοτώντας την τηλεοπτική επιστροφή της Kaiser μετά από δύο χρόνια απουσίας. Υπό το σταθερό μήνυμα του brand «Μπίρα ή Kaiser», στο σποτ παρουσιάζεται κάποιος να μπαίνει σε ένα μπαρ και να παραγγέλνει στον μπάρμαν μια μπίρα. Απευθείας, η μουσική σταματά, όλοι οι θαμώνες παγώνουν και τον κοιτούν, μέχρι που καταλαβαίνει το λάθος του και γίνεται πιο συγκεκριμένος, παραγγέλοντας μια Kaiser. Τότε όλα συνεχίζουν την κανονική τους ροή. Η καμπάνια αναμένεται να εμπλουτιστεί σύντομα και με digital υλικά.