

DIGITAL NEW MEDIA

Στην 4WiseMonkeys η Volotea

Η 4WiseMonkeys προχώρησε σε συνεργασία με τη αεροπορική εταιρεία Volotea. Η νέα αυτή 360ο συνεργασία ξεκίνησε με τη δημιουργία της digital καμπάνιας «Volotea City Movies» με κεντρικό ήρωα τον Αλέξανδρο Κοντοπίδη. Θέμα της είναι η επιλογή προορισμού διακοπών ενός ζευγαριού, με τον Αλέξανδρο ως πρωταγωνιστή και στα 3 videos της καμπάνιας. Το κάθε ένα video αφορά και έναν διαφορετικό προορισμό της Volotea, όπου με χιουμοριστικό τρόπο βλέπουμε τον άντρα να μην γνωρίζει ακριβώς την ιστορία του τόπου που θέλει να πάει διακοπές η κοπέλα του και προκειμένου να την πείσει να πάνε στον προορισμό που θέλει εκείνος, μπερδεύει και διαστρεβλώνει την ιστορία. Η Volotea, παίζοντας καθοριστικό ρόλο, έρχεται να «ρίξει φως» στο μπέρδεμα, καλώντας τους θεατές να ταξιδέψουν οι ίδιοι στον προορισμό και να ανακαλύψουν μόνοι τους την πραγματική ιστορία.

ADVERTISING

Στην Above ανέθεσε η SIXT

Στρατηγική συνεργασία με την Above ξεκίνησε νωρίτερα φέτος η Lion Rental AE (SIXT). Συγκεκριμένα, η Above έχει αναλάβει το σύνολο της επικοινωνίας και προβολής της SIXT, συμπεριλαμβανομένων των social media και παραγωγών, καθώς και του συνολικού relaunch του brand. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, έχει ήδη «τρέξει» 360ο καμπάνια στα social media, σε Αγγλία, Γερμανία και Ρωσία, και η καμπάνια «SIXTeen Reasons to Greece» για την προβολή της SIXT στο αεροδρόμιο Ελ. Βενιζέλος.

MARKETING

Η Vodafone λανσάρει το Generation Next

Τη νέα ψηφιακή πλατφόρμα Generation Next παρουσίασε η Vodafone, με σκοπό να προσφέρει σε νέους εφήβους από όλη τη χώρα δωρεάν πρόσβαση σε γνώσεις γύρω από τις νέες, εκθετικές τεχνολογίες και την επιστήμη. Χτίζοντας πάνω στην επιτυχία του υφιστάμενου προγράμματος Stem Powering Youth, το Generation Next θέτει στο επίκεντρο ολοκληρωμένη ψηφιακή εκπαιδευτική πλατφόρμα, www.generationnext.vodafone.gr, η οποία προσφέρει 10 ενόπτες μαθημάτων σε 3 πυλώνες, με έμφαση στη βιωματική μάθηση. «Για πρώτη φορά μαθητές και καθηγητές από όλη την Ελλάδα αποκτούν δωρεάν πρόσβαση σε STEM γνώσεις. Στόχος του Ιδρύματος Vodafone, είναι μέσα από το πρόγραμμα να προετοιμάσει και να εισάγει τους νεαρούς “εξερευνητές” στις νέες δεξιότητες που είναι απαραίτητες για το μέλλον, στρέφοντας παράλληλα το ενδιαφέρον τους προς την εξεύρεση λύσεων για τη διευθέτηση κρίσιμων κοινωνικών προβλημάτων», δήλωσε ο Πρόεδρος της εταιρείας, Χάρης Μηρουμίδης. «Ο όμιλός μας διεθνώς έχει θέσει έναν φιλόδοξο στόχο: να συμβάλουμε στην πρόσβαση 10 εκατ. νέων σε ψηφιακές δεξιότητες και ευκαιρίες απασχόλησης έως το 2025, σε όλες μας τις αγορές».

Marketing... Rules!

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

Του Ανδρέα Παπαχριστόπουλου,
Marketing Director,
Ελληνική Ζυθοποιία Αταλάντης (EZA).



Attention seekers

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... η δημιουργία ουσιαστικής καινοτομίας και αξίας για τη μάρκα και την αγορά και η προσέλκυση της προσοχής του καταναλωτή σε ένα κορεσμένο και κατακερματισμένο επικοινωνιακό περιβάλλον. Είμαστε attention seekers σε ένα μυαλό που, αν καταφέρουμε και το συναντήσουμε, δέχεται carpet bombing εναλλακτικών ερεθισμάτων και δεν έχει το χρόνο και τη διάθεση πλέον να επεξεργαστεί το μήνυμά μας, πόσο μάλλον να μας θυμάται και να μας αναζητά.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... η εκθετική αύξηση για εκμετάλλευση των νέων τρόπων προσέγγισης του καταναλωτή για μία ολοένα και πιο αυξανόμενη προσωποποιημένη εμπειρία καθώς, όσο οξύμωρο κι αν ακούγεται, με τη γιγάντωση των social media ο κόσμος είναι πιο απόμακρος από ποτέ κι έχει ανάγκη για personal treatment.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... πολλές ευτυχώς! Όλες βασίστηκαν σε ένα δυνατό insight, ήρθαν... στη ζωή με self-explanatory τρόπο και εξέλιξαν τη μάρκα.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... κάθε φορά που θεωρούμε ότι ένα καλό δημιουργικό μόνο ή μία καλή στρατηγική μόνο, είναι αρκετά για αρχή. Μπορεί να κερδίσουμε τη μάχη σήμερα αλλά χάνουμε τον πόλεμο και την ευκαιρία.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο (και του σήμερα) είναι... στρατηγική αντίληψη, προσαρμοστικότητα, δομημένη σκέψη και έκφραση γιατί πρέπει να μπορεί να επηρεάζει. Συνθετική και αποσυνθετική ικανότητα πληροφοριών, αντοχή και αίσθηση προτεραιοτήτων, καθώς δεν μπορεί να τα κάνει όλα. Επίσης, να μπορεί να αφογκραστεί το μέλλον, καθώς και το πώς μερικά μικρά πράγματα σήμερα μπορεί να επηρεάσουν δραματικά το αύριο. Ωστόσο, χωρίς επαφή με το κοινό, τόλμη και κέφι για τη δουλειά του, ο marketer δε θα μπορέσει να ξεχωρίσει.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... προσπαθούσα να τους κάνω όλους να συνειδητοποιήσουν ότι τίποτα δεν ταξίδεψε, δεν άρεσε και δεν άντεξε στο χρόνο χωρίς σκληρή δουλειά, στρατηγική και κατανόηση των αναγκών του καταναλωτή. Το marketing δεν ήταν ποτέ απλά μία ωραία ιδέα.

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

