

MARKETING

Ο ΔΑΑ ανέθεσε στην The Brand Team

Στην **The Brand Team** εμπιστεύτηκε ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, έπειτα από spec, τον επανασχεδιασμό της ενιαίας ταυτότητας του επίσημου Parking του αεροδρομίου και των υπηρεσιών του. Η The Brand Team ανέλαβε τη στρατηγική για τον επανασχεδιασμό της ταυτότητας, τη μελέτη ονοματολογίας και τη σχεδιαστική αποτύπωση των νέων λογοτύπων. Η λογοτύπωση αποδόθηκε με φιλικές, ξεκάθαρες και απλές γραμμές που απονέουν ασφάλεια και δυναμισμό. Χρησιμοποιήθηκε το παγκόσμιο σήμα του Parking και ο λογότυπος-σύμβολο του ΔΑΑ, δημιουργώντας μια ισχυρή και άμεσα αναγνωρίσιμη ταυτότητα. Διατηρήθηκαν τα προηγούμενα ονόματα του Parking -Short term 1, Short Term 2, Long Term, Valet- ενώ το Holiday μετονομάστηκε σε Economy ώστε να γίνεται άμεσα αντιληπτό το όφελος της επιλογής του. Για τη λογοτύπωση όλων των υπηρεσιών εφαρμόστηκε μοντέρνα χρωματική κωδικοποίηση με στόχο την περαιτέρω ενδυνάμωση της αναγνωρισιμότητας των διαφορετικών χώρων στάθμευσης.

PUBLIC RELATIONS

Στην Outstand η Brown Hotels

Στην **Outstand Communications** ανέθεσε η διεθνής αλυσίδα Brown Hotels τη διαχείριση της επικοινωνίας και των δημοσίων σχέσεων του ξενοδοχειακού ομίλου στην Ελλάδα. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Outstand αναλαμβάνει τον ολοκληρωμένο σχεδιασμό στρατηγικής επικοινωνίας, παροχή υπηρεσιών Δημοσίων Σχέσεων και Γραφείου Τύπου, καθώς επίσης και ενέργειες δημιουργικής προβολής μέσω της εκδηλώσεων και ενεργειών, με στόχο να επικοινωνηθούν τα ξενοδοχεία και οι υπηρεσίες της Brown Hotels. Η αλυσίδα Brown Hotels, με έδρα το Τελ Αβίβ, διαθέτει boutique hotels σε πολλές πόλεις του κόσμου. Έχει επίσης ξενοδοχεία στην πόλη Τρογκίρ της Κροατίας, ενώ επεκτείνεται και στην Ελλάδα, σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, καθώς και στην Κύπρο και τη Γερμανία. Η φιλοσοφία της Brown βασίζεται στη δέσμευση για άψογη εξυπηρέτηση, στην αυθεντικότητα, το άριστο design και τη σύγχρονη αισθητική.

MARKETING

Η Έφη Μπούρα στην Diageo Hellas

Η Έφη Μπούρα διαδέχεται την Αναστασία Αγγελή στην Diageo Hellas και στον ρόλο της Head of Corporate Communications. Η Αναστασία Αγγελή διατήρησε πολυετή συνεργασία με την Diageo Hellas από τη θέση της Διευθύντριας Επικοινωνίας και αποχωρεί στο πλαίσιο συνταξιοδότησης. Η Έφη Μπούρα μετακινείται στην Diageo Hellas από την Imperial Tobacco Hellas, με την οποία συνεργάστηκε επίσης επί σειρά ετών στον τομέα της Εταιρικής Επικοινωνίας. Ο ρόλος με τον οποίο αποχωρεί από την εταιρεία είναι Corporate & Legal Affairs Manager.

Marketing... Rules!

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

Του Χρήστου Τζαλαβρά,
Head of Marketing & Communications,
Stoiximan | Betano Group



Η αξία της αυθεντικότητας

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... δύσκολο να αποτυπωθούν περιληπτικά. Αν έκανα μια προσπάθεια, θα περιλάμβανε την ανάγκη για τη διατήρηση αυθεντικότητας σε συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, όπου η ευκολία και η ταχύτητα συχνά υπεριοικούν στρατηγικής και ποιοτικής δημιουργικότητας. Επιπλέον: η δημιουργία brand value σε θορυβώδες περιβάλλον, η αξιοποίηση των δεδομένων, που αποτελούν μέρος της καθημερινότητας, αλλά δεν είμαι σίγουρος ότι αξιοποιούνται άριστα -από τον κλάδο- σε 360 εφαρμογές μνημάτων. Και η αναζήτηση της μαγικής συνταγής για organic leads!

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... το purpose - driven marketing, που του έχω αδυναμία. Θα πρόσθετα και την «μαραθώνια δοκιμασία» για πιο αποδοτικά touchpoints σε όλο το εύρος του journey, στην οποία το AI (μέσω Machine Learning και όχι μόνο) καλείται να συμβάλει. Ίδωμεν...

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... εντός industry, το εξαιρετικό (πρόσφατο) tvc του Betfair Exchange, με δυνατό asset, έξυπνη απόδοση σύνθετου μηνύματος και αξία αναφοράς production values. Εκτός industry, το -από κάθε άποψη- υπέροχο «We all Win» της Microsoft.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... η (κάθε) φορά που ως marketers κάναμε λάθος και δεν αξιοποιήσαμε τις ευεργετικές του ιδιότητες!

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο... συνοψίζονται σε ένα κράμα των brand & performance marketing, τον συγκερασμό της δημιουργικότητας με την data-driven εκτέλεση. Στρατηγική αντίληψη, μία ευρύτερη επίγνωση του περιβάλλοντος στο οποίο δραστηριοποιείται και όραμα για το που μπορεί αυτό να καταλήξει, επηρεάζοντάς το. Αυτοπεποίθηση και εμπιστοσύνη στις ικανότητές του, το να ηγείσαι και να μην ακολουθείς παραμένει πρόκληση! Εκ των ων ουκ άνευ, οι ανοιχτοί ορίζοντες και η απαλλαγή από δόγματα (δεν γνωρίζουμε τα πάντα). Bonus, η ανθεκτικότητα στις αποτυχίες.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing» θα... το λύτωνα από την περιστασιακή εσωστρέφεια και αυταρέσκειά του. Η στιγμή που οι επαγγελματίες του χώρου θα κατανοήσουμε ότι το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε δεν έχει διάθεση & attention span να «θαυμάσει» το omni-channel displayed «εγώ» μας, ίσως είναι η στιγμή που θα ξεκινήσει μία πιο ουσιαστική εποχή για την επικοινωνία. Εποχή που θα λαμβάνει υπόψη αληθινούς ανθρώπους, επικοινωνώντας ανεπιτήδευτα μηνύματα.

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

