

PUBLIC RELATIONS

Στην PHOCUS η Bristol-Myers Squibb

Στην PHOCUS ανέθεσε η βιοφαρμακευτική εταιρεία Bristol-Myers Squibb το σύνολο της εταιρικής επικοινωνίας της. Ειδικότερα, η συνεργασία περιλαμβάνει την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα επικοινωνιακής στρατηγικής, υπηρεσίες γραφείου Τύπου και προβολής στα MME, παραγωγή και διαχείριση περιεχομένου, διοργάνωση εκδηλώσεων καθώς και το σχεδιασμό ενεργειών Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Ο Ανδρέας Μπόνης, CEO της PHOCUS, δήλωσε: «Με μεγάλη χαρά καλωσορίζουμε τη Bristol-Myers Squibb στο χαρτοφυλάκιό μας. Η απόφαση της εταιρείας να μας εμπιστευθεί τη συνολική διαχείριση της επικοινωνίας της, μας τιμά ιδιαίτερα. Τηρώντας τη δέσμευσή μας να παρέχουμε καινοτόμες, δημιουργικές και αποτελεσματικές λύσεις επικοινωνίας, είμαστε βέβαιοι ότι θα συμβάλουμε ουσιαστικά στην ανάδειξη της φιλοσοφίας, του έργου και της συνεισφοράς της Bristol-Myers Squibb στο χώρο της Υγείας». Η Bristol-Myers Squibb είναι παγκόσμια βιοφαρμακευτική εταιρεία που εστιάζει στην ανακάλυψη, ανάπτυξη και διάθεση καινοτόμων φαρμάκων σε 4 κύριους θεραπευτικούς τομείς: Ογκολογία/Αιματολογία, Ιολογία, Ανοσολογικές παθήσεις, Καρδιαγγειακά νοσήματα.

PUBLIC RELATIONS

Στην Pe2 τα PR του Pukka

Η Pe2 ανέλαβε τις Δημόσιες Σχέσεις και το διαφημιστικό υλικό του νέου brand Pukka, το οποίο έφερε πρόσφατα στην Ελλάδα η Unilever. Media planner ανέλαβε η Initiative, η οποία διαχειρίζεται όλα τα brands της Unilever. Η νέα σειρά αφεψημάτων Pukka με 100% βιολογικά βότανα, παρουσιάστηκε πρόσφατα σε ειδικό launch event. Pukka στα Hindi -την επίσημη γλώσσα της Ινδίας - σημαίνει αληθινό, αυθεντικό και γνήσιο και η φιλοσοφία πίσω από το brand είναι η έμπνευση που προέρχεται από τη φύση, η οποία οδηγεί τους ανθρώπους μέσα από τον δρόμο της ευεξίας να συνδεθούν αρμονικά με τα φυτά και τον πλανήτη και να υιοθετήσουν μια πιο θετική στάση ζωής. Ως ambassador της Pukka επιλέχθηκε η Μαρία Ναυπλιώτου, με έμφαση στα social media.

DIGITAL NEW MEDIA

Στην Mediacube η Geyer

Στην Mediacube ανέθεσε η Geyer, εταιρεία που δραστηριοποιείται στον τομέα του Smart Home, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση Performance, Awareness & digital кампаний, που θα πλαισιώσουν την ευρύτερη στρατηγική της Geyer και θα ενισχύσουν το brand authority και την αύξηση των πωλήσεων στα διάφορα σημεία διανομής ανά την Ελλάδα. Ο όμιλος Geyer Hellas ιδρύθηκε στην Ελλάδα πριν από 45 χρόνια και μέσω του πιστοποιημένου δικτύου ειδικών του, έχει ξεχωρίσει ενσωματώνοντας ασύρματη τεχνολογία με διεθνείς προδιαγραφές στον προσωπικό χώρο του καθενός. Οι λύσεις της εστιάζουν στη δημιουργία ενός αυτοματοποιημένου σπιτιού που αναβαθμίζει την καθημερινότητα με μοναδικές λύσεις, έλεγχο και ασφάλεια.

Marketing... Rules!

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

Της Σόνιας Δήμογλη,
Business Unit Marketing Manager, GR & CY,
Coca Cola Τρία Έψιλον



Growth Advocate

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις του marketing σήμερα είναι... Να ξεχωρίσουμε και να αναδειχθούμε σε μία αγορά στην οποία ο καταναλωτής λαμβάνει έναν απεριόριστο όγκο πληροφοριών, έχοντας παράλληλα ελάχιστο χρόνο στη διάθεσή του. Να μπορέσουμε να μιλήσουμε στο σύνολο των καταναλωτών, ο κάθε ένας από τους οποίους, ξεχωριστά, έχουν περισσότερο έλεγχο τώρα από ποτέ στις επιλογές τους και ενημερώνονται πολύ καλά πριν προχωρήσουν σε οποιαδήποτε αγορά.

Αυτό που βλέπω ως τη μεγαλύτερη τάση στην επικοινωνία σήμερα είναι... Η προσωποποίηση, με τη μετατροπή των δεδομένων σε εξατομικευμένους τρόπους επικοινωνίας. Έτσι διαφοροποιούμε την εμπειρία, δημιουργώντας το σωστό περιεχόμενο, προς τον κατάλληλο δέκτη, στα σωστά κανάλια, τη σωστή στιγμή. Δημιουργούμε εμπειρίες, φέρνοντας τον καταναλωτή πιο κοντά στο προϊόν και προσφέροντας προστιθέμενη αξία στον πελάτη μας. Η διαρκής σχέση με τον πελάτη μας βρίσκεται στο επίκεντρο της στρατηγικής μας, όχι μία απλή εμπορική συναλλαγή.

Μια δουλειά που ζήλεψα είναι... «Just Do It» με τον Colin Kaepernick, μια αμφιλεγόμενη διαφήμιση που οδήγησε σε αύξηση πωλήσεων. Είχε δύναμη, συναίσθημα!

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... Κάθε φορά που ένας πελάτης δεν επέλεξε την πρότασή μας και στράφηκε αλλού.

Οι δεξιότητες που θα πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... «Everything Digital», γιατί οι ψηφιακές δεξιότητες ενισχύουν το προφίλ ενός marketer, με το ψηφιακό περιβάλλον να αποτελεί το παρόν και το μέλλον του μάρκετινγκ και των πωλήσεων. Να έχει πελατοκεντρική προσέγγιση, δημιουργώντας το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μέσα από δεδομένα και τεχνολογίες για τη βέλτιστη εμπειρία των καταναλωτών, προσφέροντας προστιθέμενη αξία στους πελάτες. Να είναι «Growth Advocate», να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και να φέρνει νέες ιδέες, να οδηγεί και να εμπνέει την ομάδα του, ενώ παράλληλα να καθοδηγεί τις διατμηματικές συνεργασίες για την άποψη εφαρμογών των πλάνων, ειδικά με την ομάδα πωλήσεων.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί του marketing»... Θα έφερνα την προσωπικότητα στο επίκεντρο. Πιστεύω στην αρχή του «Να είσαι ο εαυτός σου». Κάνει μεγάλη διαφορά η προσωπική ενέργεια του καθενός, γιατί η αγορά μας, είτε B2B είτε B2C, αποτελείται από ανθρώπους που αναζητούν εμπειρίες.

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

