

ADVERTISING

Ανάθεση στην Admine από την Β.Σ. Καρούλιας

Η Admine αναδείχθηκε νικήτρια στο spec της Β.Σ. Καρούλιας για τα Global Brands μπίρας, Stella Artois, Corona και Bud. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Admine αναλαμβάνει το στρατηγικό σχεδιασμό και την υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου 360ο πλάνου επικοινωνίας, με σκοπό τον επαναπροσδιορισμό των τριών brands στην ελληνική αγορά. «Είμαστε περήφανοι για την επιλογή της Admine από το team της Β.Σ. Καρούλιας. Οι Stella Artois, Corona και Bud, οι κορυφαίες εισαγόμενες μπίρες της ελληνικής αγοράς, είναι brands με πολύ ενέργεια και ιδιαίτερο χαρακτήρα τα οποία ταιριάζουν απόλυτα στην big impact προσέγγιση της Admine», δήλωσε ο CEO της Admine, Τηλέμαχος Μαυράκης.

MARKETING

Spec της ΔΕΗ για νέο retail concept

Η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού ΑΕ (ΔΕΗ) έχει προκηρύξει διαγωνισμό για τη σύναψη σύμβασης με αντικείμενο «Ανασχεδιασμός δικτύου καταστημάτων και σημείων εξυπηρέτησης πελατών ΔΕΗ». Το έργο αφορά σε συμβουλευτικές υπηρεσίες μελέτης και δημιουργίας βάσει της στρατηγικής της ΔΕΗ ολιστικά του νέου retail concept των καταστημάτων και σημείων εξυπηρέτησης, που θα αποτυπώνουν και θα ενισχύουν τη νέα στρατηγική θέση της στην αγορά. Αποτελείται από δύο πακέτα εργασίας, τη Στρατηγική Λιανικής σε επίπεδο δικτύου & εμπειρίας πελάτη στο κατάστημα και τον Σχεδιασμό μορφής καταστημάτων. Ο συνολικός προϋπολογισμός ανέρχεται σε 390.000 ευρώ. Ο διαγωνισμός θα πραγματοποιηθεί με χρήση της πλατφόρμας του Συστήματος Ηλεκτρονικών Διαγωνισμών tenderONE της cosmoONE, με ημερομηνία υποβολής προσηφών 06/04/2020.

MARKETING

Νέος ρόλος για τη Στρατηγούλα Βαμβαλή στη Henkel

Σε συνέχεια της μακροχρόνιας διαδρομής της ως Head of Marketing & Trade Marketing Beauty Retail της Henkel, από την 1η Ιανουαρίου 2020, η Στρατηγούλα Βαμβαλή έχει αναλάβει Beauty Care Marketing Head Ιταλίας, Ελλάδας και Κύπρου. Η Στρ. Βαμβαλή εντάχθηκε στο δυναμικό της Henkel Hellas πριν 18 χρόνια και έχει υπηρετήσει επιτυχώς πολλές θέσεις για την αγορά της Ελλάδας. Τα τελευταία 3,5 χρόνια, ως Head of Marketing & Trade Marketing Beauty Retail για την Ελλάδα & Κύπρο, έχει υπό την ευθύνη της την εξέλιξη των προϊόντων της εταιρείας στον τομέα του marketing, καθώς και την αναβάθμιση της εμπειρίας του καταναλωτή στα σημεία πώλησης. Η ανάληψη του νέου, διευρμένου ρόλου με την προσθήκη της Ιταλίας αποτελεί επιστέγασμα των εξαιρετικών επιδόσεων της Henkel σε Ελλάδα και Κύπρο τα τελευταία χρόνια, με την ίδια να έχει συμβάλει σημαντικά σε αυτό το αποτέλεσμα.

Marketing... Rules!

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



Της Μαρίλιας Τόμπρα,
Head of Regional Marketing, INTERSPORT Athletics S.A.

Ανάλυση & Σύνθεση

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις για το marketing σήμερα είναι... η εξελισσόμενη τεχνολογία στο digital, που καλεί τους marketers να προσαρμόζονται σε νέα δεδομένα και να επαναξιολογούν το marketing mix. Επίσης, η γνωστή φράση του John Wanamaker «Half the money I spend on advertising is wasted; the trouble is I don't know which half», κρύβει μία ακόμα πρόκληση: τη δυσκολία μέτρησης του ROAS. Ακόμη και στο digital, π.χ. με τα διαφορετικά attribution models, χρειάζεται testing και έξυπνη ανάλυση των δεδομένων. Τέλος, ο ανταγωνισμός! Με την ανάπτυξη του e-commerce, μπαίνουν συνεχώς καινούργιοι παίκτες στο retail...

Η εξέλιξη που θα αλλάξει ριζικά την επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή, είναι... η χρήση ΑΙ τεχνολογιών, όχι μόνο για να καλύπτει η διαφήμιση τις ανάγκες των καταναλωτών αλλά και για να τις προβλέπει. Τα predictive analytics θα παίξουν καθοριστικό ρόλο στις προσωποποιημένες επικοινωνίες, δημιουργώντας καινούργιες καταναλωτικές τάσεις και συνήθειες, καθώς και ευκαιρίες για τους marketers.

Το μέλλον της τηλεόρασης την επόμενη δεκαετία θα είναι... αβέβαιο, αν δε βρεθούν τα κατάλληλα εργαλεία ώστε οι διαφημιστικές εταιρείες να μετράνε real time το impact των διαφημίσεων σε digital metrics όπως branded searches, traffic to website, κ.λπ. Ο ρόλος της paid TV καθώς και πλατφορμών όπως το Netflix (που ο μέσος καταναλωτής εκλαμβάνει ως web TV) αναμένεται να γίνει πιο σημαντικός για τους marketers.

Η εξέλιξη της τάσης του in-housing θα εξαρτηθεί από... τα agencies αλλά και από τις εταιρείες-πελάτες. Τα agencies καλούνται να επαναξιολογήσουν το unique value που παρέχουν στους πελάτες τους και οι πελάτες καλούνται να αξιολογήσουν κατά πόσο μπορούν να προσελκύσουν και να κρατήσουν εξειδικευμένο προσωπικό.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι... πολλές, δυναμικές και εξαρτώνται και από τον εκάστοτε ρόλο marketing (global brand marketing/ retail marketing /digital marketing, κ.λπ.). Αδιαμφισβήτητο όμως, ένα πετυχημένο στέλεχος marketing βάζει τον καταναλωτή και τα consumer insights στο επίκεντρο («consumer is boss»), αμφισβητεί το status quo, καθώς τα δεδομένα αλλάζουν συνεχώς και έχει εμπειρία στο «data synthesis and interpretation». Ειδικά στην digital εποχή μας... data is king.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί» θα... ανακάλυπτα όλες τις λύσεις για τις marketing προκλήσεις που αναφέρθηκαν στην πρώτη ερώτησή!

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

