

ADVERTISING

Από την BBDO καμπάνια 50 χρόνια Kosmocar

Σε τηλεοπτικό σποτ με αφορμή τα 50 χρόνια που συμπληρώνονται φέτος από την ίδρυση της, η Kosmocar χαιρετίζει με αισιοδοξία το μέλλον και την απαραίτητη επιστροφή σε μία «νέα κανονικότητα». Στην καμπάνια, σε υπογραφή της BBDO Athens, παρελαύνουν σε στιγμές δράσης εμβληματικά μοντέλα των μαρκών που εκπροσωπεί η Kosmocar στην Ελλάδα. Με ηχητική συνοδεία από ένα έντονα συναισθηματικό λεκτικό, τα μοντέλα συνδέονται με χαρούμενες στιγμές που χιλιάδες Ελλήνων έχουν βιώσει τα τελευταία 50 χρόνια, ως οδηγοί ή επιβάτες ενός Volkswagen, ενός Audi, ενός Skoda ή μιας Ducati. Με αναδρομή στο παρελθόν και αναφορά στο σήμερα, το σποτ κλείνει με μία αισιόδοξη ματιά στο μέλλον, που θα μας βρει όλους πιο ισχυρούς ως κοινωνία, «έτοιμους για ακόμα πιο συναρπαστικά ταξίδια».

ADVERTISING

Ira Media και THEJones στην καμπάνια του GRECA

Ο Ελληνικός Σύνδεσμος Ηλεκτρονικού Εμπορίου (GRECA) λάνσαρε την καμπάνια «Μένουμε Σπίτι και οι Άνθρωποι του e-commerce δίπλα μας!», σε μια προσπάθεια να ευαισθητοποιήσει το κοινό για τις προσπάθειες που καταβάλλουν οι άνθρωποι του ηλεκτρονικού εμπορίου εν μέσω της πανδημίας του COVID-19. Η καμπάνια σχεδιάστηκε και υλοποιήθηκε με την ευγενική χορηγία των εταιρειών THEJones για το δημιουργικό και Ira Media για τη στρατηγική Media Planning & Buying. «*Η δυνατότητα να μπορέσουμε να αξιοποιήσουμε τους πόρους μας ώστε να στηρίξουμε έμπρακτα το ελληνικό e-commerce, μας δίνει ιδιαίτερη χαρά*», δήλωσε ο Χάρης Λαούδης, CEO της Ira Media. Για τα μέλη του GRECA, η Ira Media προχώρησε σε ειδικές προσφορές για την τηλεοπτική προβολή τους, καθώς και επιπλέον εκπτώσεις για την αξιοποίηση των AI εργαλείων της Leadmark.

MARKETING

Νέο design «Κρίνος» από την Move Mountains

Move Mountains και Iconic Branding υπογράφουν το νέο package design των αναψυκτικών Κρίνος και τον ιστότοπο krinossoftdrinks.gr. Οι νέες, μοντέρνες ετικέτες, διακρίνονται για την εκλεπτυσμένη τους αισθητική. Το νέο σήμα διαθέτει χαρακτήρα και άποψη, ενώ ταυτόχρονα παίζει με το παλιό και το καινούριο, δίνοντας μια αίσθηση διαχρονικότητας στο brand. Η ταυτότητα έχει στόχο να οδηγήσει στην ουσία του προϊόντος, στην αλήθεια του. Μια φρέα πορτοκάλι ή λεμόνι, είναι η αρχή του παντός για τα αναψυκτικά «Κρίνος», ως η πρώτη ύλη που καθορίζει την ποιότητα του προϊόντος. Σε αυτή την λιτή εικαστικά πρόταση, αφαιρέθηκε οτιδήποτε περιττό και δόθηκε έμφαση στο φρούτο. Το development της ιστοσελίδας επιμελήθηκε η εταιρεία Exentric.

Marketing... Rules!

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

Του Δημήτρη Αγραφιώτη,
Corporate & Government Affairs Manager,
Mondelez International.



Ευελιξία & Ανθεκτικότητα

Η μεγαλύτερη πρόκληση σήμερα είναι... το συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον και οι εξωγενείς παράγοντες που απαιτούν διαχείριση τόσο στο εσωτερικό ενός οργανισμού όσο και στο εξωτερικό πεδίο. Η νέα κανονικότητα έχει ως βασικό χαρακτηριστικό τη ρευστότητα με ότι συνεπάγεται αυτό για τη διαδικασία λήψης αποφάσεων και τον τρόπο με τον οποίο το ευρύτερο κοινό αντιμετωπίζει τα νέα δεδομένα.

Ο σύμμαχος μου στην κρίση που διανύουμε είναι... η ισχυρή κουλτούρα που έχουμε ως οργανισμός, που χαρακτηρίζεται από ευελιξία και ανθεκτικότητα, καθώς και η πίστη μου στη συλλογική προσπάθεια και τα αποτελέσματα που φέρνει. Σε εποχές κρίσης, οι οργανισμοί οφείλουν να είναι προετοιμασμένοι με επάρκεια και να έχουν την απαραίτητη κουλτούρα και το χαρακτήρα για να μη λυγίζουν στα δύσκολα.

Η διαφάνεια στο digital θα επιτευχθεί όταν... γίνει κατανοητή από όλους η αξία του να κοιτάς στα μάτια τους ανθρώπους, ψηφιακά ή στο φυσικό περιβάλλον, και να τους λες την αλήθεια, να είσαι διαφανής για τα λάθη σου, να εκφράζεις ανοικτά το πλαίσιο αξιών σου και να συμμετέχεις με ειλικρίνεια στη δημόσια συζήτηση.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... γίνει σαφές από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη ότι είναι μονόδρομος που αργά ή γρήγορα επιχειρήσεις και καταναλωτές θα πρέπει να το αντιληφθούν ως μοναδική επιλογή. Για να επιτευχθεί αυτό οφείλουμε όλοι να κάνουμε βήματα προς αυτήν την κατεύθυνση. Είναι στο χέρι μας αν θα πάει λίγο πιο γρήγορα ή πιο αργά.

Οι άνθρωποι αύριο θα αντιλαμβάνονται τις επιχειρήσεις ως... σημαντικούς πυλώνες οικονομικής ανάπτυξης, αειφορίας, κοινωνικής προσφοράς και καινοτομίας. Η επιχείρηση ως «εταιρικός πολίτης» θα προσφέρει την απαραίτητη ηγεσία που θα τραβήξει και την κοινωνία προς τα μπροστά, έχοντας ως στόχο μια βιώσιμη ανάπτυξη με διαφάνεια και χωρίς αποκλεισμούς και διακρίσεις.

Οι δεξιότητες για τον επαγγελματία του αύριο είναι... πολλαπλές και απαιτούν ευρεία αντίληψη σε πολλά επίπεδα. Οι Εταιρικές Σχέσεις απαιτούν από τον επαγγελματία του μέλλοντος τη διάλυση των στεγανών και την ταυτόχρονη αντιμετώπιση εσωτερικού και εξωτερικού περιβάλλοντος ως συγκοινωνούντα δοχεία, με ολιστική προσέγγιση του business σε εταιρικό και κλαδικό επίπεδο.

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

