

DIGITAL MARKETING

Στρατηγική συνεργασία Κωτσόβολος και iProspect

Σε νέα στρατηγική συνεργασία προχώρησαν η εταιρεία Κωτσόβολος/ Dixons South East Europe και η iProspect, μέλος του γκρουπ Dentsu. Η συνεργασία ξεκίνησε στην κορύφωση του lockdown στην χώρα μας, με στόχο τη δημιουργία και υλοποίηση μιας στρατηγικής υψηλού performance ολιστικού εμπορίου για την επόμενη ημέρα. «Μία εμπειρία χωρίς διαχωριστικές γραμμές. Ένα ταξίδι μεταξύ των φυσικών και ψηφιακών καναλιών, τόσο της πώλησης όσο και της επικοινωνίας. Με προορισμό την βελτιωμένη εμπειρία, αδιάλειπτα, μεταξύ όλων των touchpoints του φυσικού και ψηφιακού κόσμου». Οι δύο οργανισμοί εγκαινίασαν ένα νέο καινοτόμο υβριδικό μοντέλο συνεργασίας που έχει στόχο τη δημιουργία μιας ενιαίας σκέψης εμπλουτισμένης ταυτόχρονα με τη βαθιά γνώση του brand DNA και τις βέλτιστες παγκοσμίως πρακτικές του Marketing – Communications Performance.

ADVERTISING

Στην Universal Media ανέθεσε ο ΟΑΣΑ

Στην Universal Media ανέθεσε ο ΟΑΣΑ τις υπηρεσίες σχεδιασμού και υλοποίησης Πλάνου Επικοινωνίας Μέσων αναφορικά με την καμπάνια ενημέρωσης για τα μέτρα προστασίας εναντίον του Covid-19 κατά τη χρήση των ΜΜΜ. Η σύμβαση έχει αξία 346.487 ευρώ πλέον ΦΠΑ.

ADVERTISING

Στην Choose η Περιφέρεια Κρήτης

Στην Choose ανέθεσε η Περιφέρεια Κρήτης το έργο «Δράσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας του ΕΠ "Κρήτη" 2014- 2020 - Αξονες Προτεραιότητας 6 & 7». Το έργο χωρίζεται σε δύο τμήματα, με προϋπολογισμό 544.900 ευρώ πλέον ΦΠΑ για το Τμήμα 1 και 263.274 ευρώ πλέον ΦΠΑ για το Τμήμα 2. Μεταξύ άλλων, περιλαμβάνει σχεδιασμό και παραγωγή έντυπου, οπτικοακουστικού και άλλου προωθητικού υλικού, καθώς και σχεδιασμό και υλοποίηση media plan.

MEDIA

Νέα Διευθύντρια Marketing στην EPT

Το πρόσωπο που θα αναλάβει το ολικό rebranding της EPT μέσω της νεοσύστατης Γενικής Διεύθυνσης Marketing και Εμπορικής Εκμετάλλευσης επέλεξε η διοίκηση της EPT. Με εμπειρία ως Group Marketing Director στον ANT1, η Κωνσταντίνα Κουτρούλη αναλαμβάνει Γενική Διευθύντρια Marketing και Εμπορικής Εκμετάλλευσης της EPT. Στη σχετική προκήρυξη για την πλήρωση της θέσης, ανταποκρίθηκαν συνολικά 23 στελέχη της αγοράς, ενώ η τελική επιλογή έγινε με κριτήριο την προηγούμενη εμπειρία σε τηλεοπτικό σταθμό.

Marketing... Rules!

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



Της Μάρθας Κεσίσογλου,
Διευθύντριας Διεύθυνσης Marketing @ Επικοινωνίας
WB, E.K.E., Χορηγιών @ Δημοσίων Σχέσεων, Eurobank

Έμπρακτη δέσμευση

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies είναι... Ολιστική προσέγγιση επικοινωνίας, άριστη αντίληψη του ραγδαία μεταβαλλόμενου περιβάλλοντος, γρήγορα αντανακλαστικά, στρατηγικό προσανατολισμό, δημιουργικότητα και ανθεκτικότητα.

Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει...

Στο να ενώσει και να δημιουργήσει νέα κανάλια εξυπηρέτησης πελατών γρήγορα και αποτελεσματικά, αλλά και νέες δομές επικοινωνίας, μάθησης και διάδρασης. Κατά τη διάρκεια της κρίσης του Covid 19 η τεχνολογία μπόρεσε να μας φέρει πιο κοντά όταν οι συγκυρίες απαίτησαν φυσική απομάκρυνση. Τα digital εργαλεία και πλατφόρμες αλλάζουν καθημερινά τον τρόπο που δουλεύουμε και το πώς προσεγγίζουμε την καθημερινότητά μας σε κάθε επίπεδο.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... Ενστερνιστούμε την αρχή ότι η υγιής επιχειρηματικότητα ενέχει την έννοια της αειφορίας. Είναι σημαντικό ότι όλο και περισσότερες επιχειρήσεις προσεγγίζουν την αειφορία διευρυμένα, σε επίπεδο περιβαλλοντικής ορθότητας, ουσιαστικής κοινωνικής προσφοράς, καθώς και ορθής εταιρικής διακυβέρνησης, υιοθετώντας τη φιλοσοφία ESG (Environment, Social, Governance) στη λειτουργία τους.

Οι άνθρωποι αύριο θα αντιλαμβάνονται τις επιχειρήσεις ως... Παράγοντες σταθερότητας και οικονομικής ανάπτυξης της χώρας αλλά και ενεργούς κοινωνικούς εταίρους. Ήδη, μέσα από την κρίση είδαμε ότι οι πολίτες ζητούν από τις επιχειρήσεις πολύ περισσότερα από το να κάνουν σωστά τη δουλειά τους, πολλές φορές απαιτώντας να αναλάβουν θεσμικό ρόλο συμμετοχής στα κοινά. Ειδικά οι Millennials, περιμένουν από τις επιχειρήσεις έμπρακτη δέσμευση και ανταπόκριση στις κοινωνικές ανάγκες του σήμερα.

Μια δουλειά που ζήλεψα ήταν... Η πρόσφατη διεθνής καμπάνια του wealth & asset manager Pictet, που αναπτύσσεται σε διεθνή μέσα αλλά και σε digital κανάλια, για τον τρόπο που συνδυάζει την ανθρωποκεντρικότητα με τις αξίες της μάρκας.

Αν είχα το μαγικό ραβδί... Θα έσπινα αύριο κιόλας στην Ελλάδα μια πλατφόρμα όπως η «charity brand index» που χρησιμοποιείται στο Ηνωμένο Βασίλειο, από όλους τους επαγγελματίες της Εταιρικής Υπευθυνότητας, για την αξιολόγηση των ΜΚΟ, βάσει ποσοτικών και ποιοτικών δεικτών, με διαυγή τρόπο, προσανατολισμένο στο αποτέλεσμα.

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

