

ADVERTISING

Στο Publicis Groupe n Forthnet

Το Publicis Groupe επέλεξε η Forthnet μετά από διαδικασία κλειστού spec, ως στρατηγικό συνεργάτη για το σύνολο της επικοινωνίας της. Στο πλαίσιο αυτό, η Forthnet αναθέτει στην Publicis το σύνολο της επικοινωνίας του brand Nova, σε ATL, BTL και Digital, καθώς και την εταιρική της επικοινωνία. Ο CEO του Publicis Groupe Ελλάδας και Νοτιοανατολικής Ευρώπης, Αντώνης Πασσάς, δήλωσε: «Είμαστε πολύ περήφανοι που η Forthnet, μια πρωτοπόρος εταιρεία που καθορίζει την αγορά σε πάρα πολλά επίπεδα, μας εμπιστεύτηκε ως στρατηγικό συνεργάτη επικοινωνίας. Η ποικιλία των διαφορετικών κοινών και υπηρεσιών, αλλά και οι πολυεπίπεδες ανάγκες του brand Nova, αποτελούν για εμάς την απόλυτη ευκαιρία να αναδείξουμε εμφατικά την αποτελεσματικότητα του μοντέλου Power of One του Publicis Groupe στην παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών επικοινωνίας».

MARKETING

Νέο ΔΣ στο ΕΙΕΠ

Τη Δευτέρα 13 Ιουλίου το νέο Διοικητικό Συμβούλιο του ΕΙΕΠ πραγματοποίησε την 1η του συνεδρίαση, κατά την οποία εκλέχθηκαν οι μεταξύ τους αρμοδιότητες για τη διοίκηση του σωματείου. Στο πλαίσιο αυτό, η σύνθεση του ΔΣ για τη χρονική περίοδο 2020 – 2022 έχει ως εξής: Πρόεδρος Frank Thibaut, Διευθυντής Διοδίων, Εμπορικής Διαχείρισης & Τηλεφωνικής Εξυπηρέτησης, Αττικές Διαδρομές, Αντιπρόεδρος Ιωάννης Μποζοβίτης, Sales & Human Resources Director, Praktiker Hellas, Γενικός Γραμματέας Δημήτρης Γκοτζαρίδης, Head of Operations, Cosmote e-Value, Ταμίας Αικατερίνη (Ελίνα) Νικάκη, Head of Public Sector & NPOs Banking, Head of Sector Business Planning & Customer Excellence, Eurobank Ergasias και Μέλη οι Κυριακή Καλαντζή, Εμπορική Διευθύντρια, Coral, Κωνσταντίνος Σιγαλός, CEO, Global Link, Παναγιώτης Κυζιρίδης, Training & Development Senior Consultant, Response.

DIGITAL MARKETING

Η Sheepfish γιόρτασε 10 χρόνια

Στο Chalandri del Rey υποδέχθηκε η Sheepfish τους καλεσμένους της για ένα καλοκαιρινό BBQ party. Με τον τρόπο αυτό, η Sheepfish και ο Αριστέιδης Γκότσος Co-Founder & Managing Director, γιόρτασαν τη συμπλήρωση 10 χρόνων παρουσίας στον χώρο της διαφήμισης. Για τις ανάγκες του event δημιουργήθηκε μια καλιφορνέζικη μαρίνα, υβρίδιο Χαλανδρίου και LA, προσκαλώντας τους συνεργάτες να «δέσουν τα σκάφη τους» και να γιορτάσουν παρέα με την εταιρεία. Οι παρευρισκόμενοι χόρεψαν στους ήχους του Mancode radio, με τον Θαλή Πιτούλη, Co-Founder της Sheepfish στα decks, ενώ απόλαυσαν παγωμένες μπύρες της Ολυμπιακής Ζυθοποιίας, burger Kasidis / Κατσέλης από την ομάδα της Weber, καθώς και γεύσεις από τους Όλυμπος, Kayak και Semeli estate, όλα brands τα οποία συνδέονται με το έργο της Sheepfish.

Marketing... Rules!

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



Του Μάριου Παπαθανασίου,
Εμπορικού Διευθυντή Γιώτης Α.Ε

The perfect mix

Η μεγαλύτερη πρόκληση για το marketing σήμερα είναι... η εύρεση του ιδανικού (μέσα στην πληθώρα διαθέσιμων μέσων) media mix για την βελτιστοποίηση της επικοινωνίας της μάρκας με το κοινό της. Κερδισμένη θα είναι η μάρκα που επιδεικνύει ευελιξία και που μπορεί να εκφράσει την αλήθεια της, μιλώντας με διαφορετική γλώσσα σε κάθε μοναδικό καταναλωτή, μέσα από το καταλληλότερο κάθε φορά «κανάλι» επικοινωνίας.

Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει... με το να είναι πιο εξωστρεφής, τοποθετώντας στο επίκεντρο τον άνθρωπο και όχι την ίδια της την εξέλιξη. Πολλές από τις αλλαγές που επέφερε η πανδημία ήρθαν για να μείνουν, δημιουργώντας ένα ψηφιακό τοπίο που, όπως αποδεικνύεται, καλύπτει γρήγορα και αποτελεσματικά τις ανάγκες τόσο των καταναλωτών, όσο και των επιχειρήσεων.

Το marketing αύριο θα είναι διαφορετικό, γιατί... θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη του ένα μίγμα πολλών, συχνά απρόβλεπτων παραγόντων, μιλώντας ταυτόχρονα σε λογική και συναίσθημα. Η εμπέδωση της πίστης, της φήμης και της αξιοπιστίας προϋποθέτουν την οικοδόμηση εμπιστοσύνης πάνω στη συνολική και όσο γίνεται εξατομικευμένη εμπειρία του καταναλωτή από τη μάρκα και τις υπηρεσίες της.

Η διαφήμιση μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping, εάν... αξιοποιήσει καταστάσεις όπως η παρούσα, που προσφέρουν ευκαιρίες για μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση σχετικά με την ανάγκη ανατροπής στερεοτύπων και αλλαγής παραδοσιακών αφηγημάτων. Προϋπόθεση κατά τη γνώμη μου είναι η ενημέρωση και ο σεβασμός στις διαφορετικές κουλτούρες.

Το μοντέλο συνεργασίας clients-agencies αλλάζει επειδή... υπάρχει ανάγκη για περισσότερη ανταλλαγή και μεγαλύτερη εμπιστοσύνη ανάμεσα στα δύο μέρη. Η λήψη αποφάσεων δεν πρέπει να βασίζεται τόσο σε παγιωμένες πεποιθήσεις, όσο σε ανατροφοδότηση και επαναδιαπραγμάτευση των ιδεών, με βάση τα σύγχρονα εργαλεία για τις μετρήσεις βελτιστοποίησης των KPIs. Με άλλα λόγια, χρειάζομαστε όλοι περισσότερη ευελιξία.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι... να μπορεί να σχεδιάσει με γνώση, ασφάλεια, όραμα και φιλοδοξία το ταξίδι προς τον σκοπό και, αφού καταρτίσει την καλύτερη δυνατή ομάδα, να πορεύεται σταθερά προς τα εκεί, έτοιμος ανά πάσα στιγμή να αναπροσαρμόσει τη διαδρομή, ανάλογα με τα εκάστοτε δεδομένα. Η ταχύτητα και η ευελιξία αποτελούν σημαντικά εφόδια.

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

