

### ADVERTISING

## Στη UM η Τράπεζα Πειραιώς

**Η UM επικράτησε**, σύμφωνα με πληροφορίες, στο spec που διενήργησε η Τράπεζα Πειραιώς για την ανάθεση του media buying & planning λογαριασμού της. Στη διαγωνιστική διαδικασία φαίνεται να συμμετείχαν άλλα δύο media agencies.

### ADVERTISING

## Στη 4 Wise Monkeys ο Costa Coffee

**Η 4 Wise Monkeys ανέλαβε** τη διαχείριση ολόκληρου του λογαριασμού του Costa Coffee, μετά από spec. Ο Costa Coffee, ο οποίος ανήκει πλέον στο χαρτοφυλάκιο της Coca Cola 3E, μπαίνει δυναμικά στην ελληνική αγορά, με στόχο να προσφέρει στους καταναλωτές μια μοναδική εμπειρία καφέ. Η 360ο καμπάνια που θα συστήσει στο ελληνικό κοινό τον ανανεωμένο χαρακτήρα του brand είναι εμπνευσμένη από αληθινά insights κατανάλωσης καφέ, τα οποία αναδεικνύουν τα ποιοτικά credentials των προϊόντων Costa Coffee. Ο Costa Coffee είναι πλέον διαθέσιμος στην ελληνική αγορά, με 5 διαφορετικά χαρμάνια στην κατηγορία του αλεσμένου espresso και με 7 επιλογές σε κάψουλες, που λανσάρονται αυτό το διάστημα. Παράλληλα, θα έχει παρουσία και στους χώρους εστίασης με ένα πλήρες χαρτοφυλάκιο σε μορφή κόκκων, ολοκληρώνοντας την εμπειρία Costa Coffee σε όλες τις περιστάσεις κατανάλωσης.

### DIGITAL MARKETING

## Στην Kovald η πλατφόρμα buyKorea

**Η Kovald Digital Marketing Strategies** ανέλαβε μετά από spec, τον σχεδιασμό της στρατηγικής ανάπτυξης και προώθησης για την buyKorea. Πρόκειται για οργανισμό B2B που συνδέει τους διεθνείς αγοραστές με τους μεγαλύτερους προμηθευτές της Κορέας, μέσω μιας νέας πλατφόρμας χονδρικής στο περιβάλλον του ηλεκτρονικού εμπορίου, με τη στήριξη της Πρεσβείας της Κορέας στην Ελλάδα. Ανάμεσα σε βασικά καθήκοντα που αναλαμβάνει η Kovald, όπως συμβουλευτικές υπηρεσίες και ανάλυση της αγοράς, η νέα συνεργασία περιλαμβάνει την υλοποίηση μιας σειράς από διαφημιστικές καμπάνιες, την αύξηση του brand awareness, την εξοικείωση του κοινού με τα προϊόντα της εταιρείας και την προσέλκυση νέων πελατών μέσω συγκεκριμένων διαδικτυακών καναλιών επικοινωνίας, όπως LinkedIn και Google, με τελικό στόχο να καλυφθούν οι ανάγκες της αγοράς. Ο Κωνσταντίνος Lamaj, CEO & Founder της Kovald, αναφέρει: «*Είμαστε ιδιαίτερα ενθουσιασμένοι για την εμπιστοσύνη που επέδειξε προς την εταιρεία μας το brand, που αυτή τη στιγμή κάνει δυναμική είσοδο στην ελληνική αγορά. Στόχος μας είναι να προσφέρουμε με αφοσίωση, υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών, ανταποκρινόμενοι πλήρως στις απαιτήσεις του, στο digital περιβάλλον.*»

## Marketing... Rules!

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

*Του Χριστόφορου Μποζατζιδη,  
Marketing Communications @ Retail Products  
Director, Wind Hellas*



## The «egosystem»

**Η μεγαλύτερη πρόκληση για το marketing σήμερα είναι...** να αποσπάσει την προσοχή του καταναλωτή. Οι πελάτες με τους οποίους θέλουμε να επικοινωνήσουμε σήμερα, βλέπουν καθημερινά χιλιάδες μηνύματα σε on και off line μέσα. Περικυκλωμένοι από θόβους και ατελείωτο περιεχόμενο, έχουν σχηματίσει το προσωπικό τους «egosystem» όπου δεν επιτρέπουν σε κανέναν να μπει χωρίς να δώσουν άδεια. Ο πελάτης είναι multichannel, multitasking και κατακλύζεται από data, περιεχόμενο, διαφημίσεις, ειδήσεις, εταιρειών και ανθρώπων. Η μεγαλύτερη πρόκληση σήμερα είναι ο τρόπος με τον οποίο θα καταφέρουμε να κερδίσουμε και να διατηρήσουμε την προσοχή του κοινού.

**Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει...** στο να μπορέσουμε να δημιουργήσουμε προστιθέμενη αξία για τις επιχειρήσεις, τους πελάτες, τους εργαζόμενους, αλλά και την κοινωνία γενικότερα.

**Το marketing αύριο θα είναι διαφορετικό, γιατί...** οι προσδοκίες των καταναλωτών για τα brands άλλα και οι ανάγκες τους θα είναι διαφορετικές. Οι καταναλωτές θα είναι πολύ πιο συνειδητοποιημένοι και απαιτητικοί σε σχέση με τα brands και τα κριτήρια με τα οποία θα επιλέγουν μεταξύ των offline και online αγορών πολύ διαφοροποιημένα.

**Η εξέλιξη που θα αλλάξει ριζικά την επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή, είναι...** η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών όπως το Artificial Intelligence και Virtual Reality, άλλα και το 5G. Αυτές οι τεχνολογίες μπορούν να αλλάξουν θεμελιωδώς τα κριτήρια στην εμπειρία του καταναλωτή σε πραγματικό χρόνο και σχεδόν σε οποιοδήποτε χώρο και να δώσουν την δυνατότητα για ακόμα πιο προσωποποιημένο περιεχόμενο.

**Ο σύμμαχος μου στην κρίση που διανύουμε είναι...** η κουλτούρα ανθεκτικότητας, ευελιξίας και εταιρικής υπευθυνότητας που βρίσκονται στο DNA της εταιρείας μου, άλλα και η πίστη μου στην ομάδα και τα εξαιρετικά αποτελέσματα που παράγει.

**Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι...** πέρα από τα τυπικά προσόντα, είναι η εστίαση στον πελάτη και τον άνθρωπο, η άριστη σχέση με τις νέες τεχνολογίες και τις εφαρμογές τους, η κριτική σκέψη άλλα και συναισθηματική νοημοσύνη που συνοδεύεται από οωστή κρίση και άμεση λήψη αποφάσεων.

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

