

PUBLIC RELATIONS

Στην Αία Relate ο όμιλος πολυκαταστημάτων Attica

Η Αία Relate προχώρησε σε συνεργασία με τον όμιλο πολυκαταστημάτων Attica. Στο πλαίσιο της νέας συνεργασίας, η Αία Relate αναλαμβάνει τη λειτουργία του Γραφείου Τύπου των πολυκαταστημάτων Attica, παράλληλα με τον σχεδιασμό και την υλοποίηση προγράμματος στρατηγικής επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων, καθώς και το σύνολο των δράσεων εταιρικής επικοινωνίας του ομίλου. Ο όμιλος διαθέτει 4 πολυκαταστήματα σε Αττική και Θεσσαλονίκη, καθώς και το e-shop atticadps.gr, στα οποία φιλοξενεί περισσότερα από 500 brands γυναικείας, ανδρικής και παιδικής μόδας, αξεσουάρ, καλλυντικά και αθλητικά είδη.

ADVERTISING

Spec 1,2 εκατ. ευρώ από το Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης

Το Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων έχει προκηρύξει τον διαγωνισμό «Ολοκληρωμένο σχέδιο δράσεων επικοινωνίας του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης (Π.Α.Α.) 2014 – 2020». Το αντικείμενο του έργου αφορά στην υλοποίηση ενός ολοκληρωμένου σχεδίου δράσεων επικοινωνίας που περιλαμβάνει συνδυασμένες ενέργειες προβολής και δημοσιότητας στα ΜΜΕ (τηλεόραση, ραδιόφωνο, έντυπα μέσα, εξωτερική διαφήμιση και διαδίκτυο), δημιουργικό σχεδιασμό και παραγωγή έντυπου, οπτικοακουστικού και λοιπού προωθητικού υλικού (καταχωρίσεις, τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά και video spot), και φωτογράφιση - βιντεοσκόπηση έργων ΠΑΑ. Η εκτιμώμενη συνολική αξία του προς ανάθεση έργου ανέρχεται σε 1.223.756 ευρώ, συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ. Η διάρκεια της σύμβασης ορίστηκε έως 31/05/2023. Η καταληκτική ημερομηνία παραλαβής προσφορών είναι 30/10/2020.

MARKETING

Η West λανσάρει υπηρεσία έρευνας αγοράς

Η West εισέρχεται στον κλάδο της έρευνας και της συμβουλευτικής, διευρύνοντας το φάσμα των υπηρεσιών της με ένα χαρτοφυλάκιο ερευνητικών και συμβουλευτικών προϊόντων. Την επιστημονική επιμέλεια του χαρτοφυλακίου των ερευνητικών και συμβουλευτικών της West έχει ο καθηγητής Γεώργιος Μπάλτας, με διεθνή αναγνώριση σε marketing research, consumer analytics, quantitative modeling. Στο πλαίσιο αυτό, η West research με επικεφαλής τον καθηγητή Γ. Μπάλτα έχει συστήσει μια κατηρημένη διεπιστημονική ομάδα με αναλυτές, ερευνητές και εξειδικευμένα στελέχη, η οποία εργάζεται για να διασφαλίσει μέγιστη αξία για κάθε πελάτη, όπως επισημαίνει χαρακτηριστικά. Η εταιρεία τονίζει επίσης ότι «κάθε πελάτης της αντιμετωπίζεται πάντα ως μοναδικός και απολαμβάνει εξατομικευμένες υπηρεσίες». Σημειώνεται ότι ο Γεώργιος Μπάλτας είναι καθηγητής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών και διευθυντής του ερευνητικού εργαστηρίου μαρκετινγκ.

Marketing... Rules!

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

Της Βίβιαν Μπουζάλη,
Γενικής Διευθύντριας Επικοινωνίας & Στρατηγικής
Marketing Mytilineos



Η νέα κανονικότητα

Η μεγαλύτερη πρόκληση για το marketing σήμερα είναι... η προσέλκυση και διατήρηση της προσοχής του κοινού, καθώς εκτίθεται σε απεριόριστο περιεχόμενο. Κυρίως να ξεχωρίσεις. Η εμφάνιση του Covid19 έφερε νέα δεδομένα. Το ερώτημα είναι αν έχουν αλλάξει κι οι προτεραιότητές μας. Ακούμε συχνά ότι πρέπει να επανεφεύρουμε τον εαυτό μας. Πρώτη φορά όμως είναι τόσο επιτακτικό. Ελπίζω να αποκτήσαμε όλοι συνείδηση επ' αυτού. Είμαστε στην εποχή που θα πρέπει να εφεύρουμε την νέα κανονικότητα.

Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει... στα πάντα. Είμαστε σε μια νέα τεχνολογική πραγματικότητα που αλλάζει τα δεδομένα. Μπήκαμε κάπως «ατσούμπαλα» και βιαστικά αλλά βοήθησε εταιρείες και πολιτεία να αντισταθούν σημαντικά στην αρνητική επίδραση που θα είχε πάνω τους η πανδημία. Πρέπει ωστόσο να την αξιοποιήσουμε σωστά, χωρίς να καταπατώνται δικαιώματα και προσωπικότητες. Ιδιαίτερα ο κλάδος μας, της Επικοινωνίας, έχει επαυξημένη ευθύνη. Είναι ανάγκη να μην εφθουχάσουμε, χωρίς βέβαια να φοβόμαστε το νέο κόσμο που έρχεται.

Η εξέλιξη που θα αλλάξει ριζικά την επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή, είναι... οι νέες τεχνολογίες και η ακόμα μεγαλύτερη αμεσότητα που προσφέρουν. Το κοινό θα έχει λόγο για οποιαδήποτε ενέργεια, τη στιγμή που γίνεται. Η διάδραση θα είναι στιγμιαία και οι προκλήσεις πολλές. Είναι ανάγκη να καταλάβουμε έγκαιρα, για να είναι ευκολότερη η επόμενη μέρα.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... αντιληφθούμε ότι είναι έννοιες άρρηκτα συνδεδεμένες. Δεν είναι η νομοθεσία που τις ενώνει αλλά η πραγματικότητα. Όλο και περισσότερες επιχειρήσεις συνειδητοποιούν πως η επιχειρηματική ανάπτυξη στηρίζεται αναμφίβολα στην αειφορία και πλέον δεν υφίσταται χωρίς αυτή. Υπάρχει βέβαια σημαντικό περιθώριο εξέλιξης.

Οι άνθρωποι αύριο θα αντιλαμβάνονται τις επιχειρήσεις ως... συμμάχους προς την πρόοδο και την ανάπτυξη. Ενεργά μέλη της κοινωνίας, πυλώνες της αειφορίας και της οικονομίας. Τρίπτυχο που οφείλουν να στοχεύουν. Οι επιχειρήσεις πρέπει να δείξουν το ανθρώπινο πρόσωπό τους.

Εάν είχα το μαγικό ραβδί... θα εξαφάνιζα το απόλυτο που κυριαρχεί για τα περισσότερα ζητήματα και θα εμπλούτιζα την κοινωνία με περισσότερη ενσυναίσθηση. Όλοι είμαστε διαφορετικοί και όλοι ίσοι.

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

