

ADVERTISING

Η Deloitte Ελλάδος εισέρχεται στο Media Consulting

Η Deloitte Ελλάδος διευρύνει τις υπηρεσίες της εισερχόμενη στον χώρο του Media Consulting. Η νέα υπηρεσία απευθύνεται σε όλους τους διαφημιζόμενους, ανεξαρτήτως μεγέθους, διαφημιστικής καμπάνιας και διαφημιστικού μέσου, και παρέχει ολοκληρωμένη υποστήριξη που περιλαμβάνει από τη βέλτιστη επιλογή ενός Media ή PR Agency και την ανάθεση του έργου σε αυτό, έως τη στρατηγική media. Συγκεκριμένα, οι υπηρεσίες Media Consulting αφορούν στη διαχείριση μιας διαγωνιστικής διαδικασίας για την επιλογή Media (Offline & Online) ή PR Agency, τον σχεδιασμό του media plan και τη δημιουργία συγκριτικών αξιολογήσεων σχετικά με τα media (target vs actual & vs Deloitte's benchmarking), τις μετρήσεις για την αποτελεσματικότητα καμπανιών ή προωθητικών ενεργειών, έως και την μέτρηση ελαστικότητας τιμής και αποτίμηση της αξίας των brands (Analytics). Ο Νίκος Χριστοδούλου, Consulting Leading Partner της εταιρείας, ανέφερε: «*Διακρίναμε την ανάγκη των διαφημιζομένων να έχουν έναν ανεξάρτητο σύμβουλο ώστε να διασφαλίζει τη συνέπεια των στόχων του Media Agency, καθώς επίσης και να επιβεβαιώνει τη σωστή επιλογή χρήσης media σύμφωνα με τις εκάστοτε τάσεις που παρατηρούνται σε ένα σύνθετο διαφημιστικό περιβάλλον. Για τον λόγο αυτό, εμπλουτίζουμε τις συμβουλευτικές μας υπηρεσίες με μια ευρεία γκάμα υπηρεσιών που καλύπτουν τις ανάγκες των διαφημιζομένων σε 360° επίπεδο*».

DIGITAL MARKETING

Η Generation Y με νέες συνεργασίες

Σε πληθώρα νέων συνεργασιών προχώρησε το τελευταίο διάστημα η Generation Y. Συγκεκριμένα, η εταιρεία υλοποίησε το B2C και B2B ηλεκτρονικό κατάστημα της Avedo Safety SA, τα e-shops των Pharmacy Star, του βιβλιοπωλείου Κλαψινάκης, του street-style brand, Vinyl Art Clothing, καθώς και του brand Fang Clothing, ενώ δημιούργησε και τη νέα ιστοσελίδα του Ionios New Agency. Η Generation Y υλοποίησε, επίσης, για την Kosmocar, το ηλεκτρονικό περιοδικό Volkswagen After Sales.

ADVERTISING

Spec 3 εκατ. ευρώ από τον ΑΣ Ανατολή

Ο Αγροτικός Συνεταιρισμός Ιεράπετρας «Ανατολή» (ΑΣ Ανατολή) διεξάγει διαγωνισμό για την επιλογή αναδόχου για την εκτέλεση του συνόλου των δραστηριοτήτων της πρότασης με τίτλο Mediterranean Combo που αφορά ενέργειες ενημέρωσης και προώθησης φρέσκων φρούτων και λαχανικών στην εσωτερική αγορά. Ο προϋπολογισμός του έργου ανέρχεται σε 3.038.745 ευρώ μη συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ, με τόπο παροχής την Ελλάδα, την Ισπανία, τη Γερμανία και την Ουγγαρία. Η διάρκεια της σύμβασης είναι 36 μήνες.

Marketing... Rules!

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



Της Αλίκης Κοτζαμάνη,
Media Director, Corporate & Regulatory Affairs
and Communications Team, ΟΠΑΠ

Μετρήσιμο Περιβάλλον

Η μεγαλύτερη πρόκληση για το marketing σήμερα είναι... η μέτρηση του ROI στις data driven καμπάνιες. Αποτελεί το κλειδί για τον σχεδιασμό της σωστής επικοινωνιακής στρατηγικής και απαιτεί συνεργασία μεταξύ διαφορετικών τμημάτων ενός Οργανισμού, αλλά και αξιοποίηση εργαλείων όπως στατιστικά μοντέλα και οικονομετρικές αναλύσεις, για την ερμηνεία των διαθέσιμων στοιχείων.

Αυτό που χρειάζονται οι διαφημιζόμενοι από τα agencies είναι... να είναι ευέλικτα, να προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα και ζητούμενα της αγοράς και να ερμηνεύουν σωστά και γρήγορα τις εξελίξεις.

Αυτή την εποχή επενδύω σε Μέσα που... φέρνουν μετρούμενα αποτελέσματα. Με τον σωστό σχεδιασμό και με παρακολούθηση data & analytics προκύπτουν συμπεράσματα για το πως θα επιτευχθούν τα business results. Σε αυτό το μετρήσιμο περιβάλλον υπάρχει ο κίνδυνος να εστιάσουμε περισσότερο στο άμεσο αποτέλεσμα, δηλαδή στην πώληση και να ξεχάσουμε την αξία της μάρκας. Χρειάζεται ωριμότητα και μακροχρόνιος σχεδιασμός για να μη χαθεί η ισορροπία.

Το Marketing αύριο θα είναι διαφορετικό, γιατί... τα πάντα γύρω μας αλλάζουν σε γοργούς ρυθμούς. Η καθημερινότητα αλλά και οι συνήθειες των κοινών που στοχεύουμε έχουν αλλάξει ριζικά. Είναι πολύ σημαντικό να χτιστεί μια πειθαρχημένη στρατηγική και επικοινωνία η οποία θα λαμβάνει υπόψιν τις ανάγκες και το νέο προφίλ του καταναλωτή.

Η εξέλιξη που θα αλλάξει ριζικά την επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή είναι... αυτή της Τεχνητής Νοημοσύνης. Μέσα από την εισαγωγή της στον ψηφιακό κόσμο γίνεται εφικτή η εξατομίκευση και η προώθηση στοχευμένου περιεχομένου. Έτσι δίνεται η δυνατότητα να χτιστεί μια πιο προσωπική εμπειρία η οποία μελλοντικά μπορεί να συμβάλλει στη δημιουργία μεγαλύτερης πιστότητας με τα brands.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι... να μπορεί να εξελίσσεται με στόχο να βελτιώνεται επαγγελματικά. Σημαντική σε αυτό είναι η συνεργασία με τις διαφορετικές ομάδες του Οργανισμού για την κατανόηση των mechanics των brands. Και συγχρόνως να μπορεί η επικοινωνία τους να συμβαδίζει με τις εξελίξεις στην χρήση των μέσων και στην τεχνολογία.

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

