

## MARKETING

### Spec της ΔΕΗ για υπηρεσίες promotion

**Η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού ΑΕ** (ΔΕΗ) διεξάγει ηλεκτρονικό διαγωνισμό για τη σύναψη σύμβασης με αντικείμενο «Παροχή Υπηρεσιών προώθησης νέων προϊόντων & υπηρεσιών της ΔΕΗ & κάλυψης νέων ρόλων εξυπηρέτησης πελατών». Το έργο αφορά στην παροχή υπηρεσιών εξειδικευμένης ομάδας έργου, (έμπειροι promoters/sellers/digital experts) που θα είναι υπεύθυνοι για την προώθηση των νέων προϊόντων/υπηρεσιών της ΔΕΗ, την εκπαίδευση των επισκεπτών/πελατών στη χρήση των ηλεκτρονικών καναλιών εξυπηρέτησης (ιστοσελίδα, application, κ.λ.π.), αλλά και την προώθηση χρήσης των σύγχρονων συσκευών (DIY Kiosks, QMS, tablets κ.λ.π.) που θα ενταχθούν στη λειτουργία των καταστημάτων. Ο προϋπολογισμός ανέρχεται σε 264.400 ευρώ, με καταληκτική ημερομηνία υποβολής προσφορών τις 25/11/2020.

## MARKETING

### Η Ζαλφα λανσάρει τα «Έτοιμα Φυσικά»

**Η Ζαλφα-Αφοί Κ. Καραγεωργίου ΑΕΒΕ** συστήνει τη νέα κατηγορία Ready To Eat προϊόντων, τα «Έτοιμα Φυσικά», με πρωταγωνιστή τα όσπρια. Συγκεκριμένα, ανταποκρινόμενη στις ανάγκες του σύγχρονου καταναλωτή, η Ζαλφα λανσάρει τέσσερα προϊόντα, ρεβύθια χονδρά, φακές φιλές, φασόλια μαυρομάτικα και φασόλια κόκκινα, έτοιμα προς κατανάλωση. Είναι μαγειρεμένα στον ατμό για την καλύτερη διατήρηση των βιταμινών και ιχνοστοιχείων, συσκευασμένα χωρίς νερό ώστε να διατηρούν όλη τη θρεπτική τους αξία, με 100% φυσικό τρόπο παρασκευής, χωρίς συντηρητικά και χρωστικές ουσίες. Μπορούν να καταναλωθούν μέσα σε σαλάτα, σαν σούπα, σαν συνοδευτικό αλλά και σαν κύριο γεύμα, ακόμα και σαν snack κατευθείαν από τη συσκευασία.

## DIGITAL MEDIA

### Η DPG επενδύει στο Branded Content

**Στην περαιτέρω ανάπτυξη** του εξειδικευμένου Branded Content Business Unit του ομίλου προχωρά η DPG Digital Media. Συγκεκριμένα, καθήκοντα Beauty Director για το σύνολο των Μέσων αναλαμβάνει η Χριστίνα Χρόνη, η οποία διαθέτει πάνω από 14 χρόνια εμπειρίας στον χώρο του beauty & grooming, έχοντας συνεργαστεί με διεθνείς τίτλους σε print και online, αλλά και με τηλεοπτικούς σταθμούς. Παράλληλα, η Διονυσία Καλαποθαράκου, αναλαμβάνει καθήκοντα Fashion Director. Η Διονυσία Καλαποθαράκου, η οποία, τα τελευταία χρόνια, ανήκει στο δυναμικό του Queen.gr ως Fashion Editor, δραστηριοποιείται πάνω από 12 χρόνια στον χώρο της έντυπης και digital δημοσιογραφίας, ενώ έχει συνεργαστεί με διεθνείς τίτλους (Madame Figaro, Esquire, InStyle). Τη διεύθυνση του εν λόγω Business Unit έχει η Σοφία Μαυραντζά.

### Marketing... Rules!

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

Της Γιώτας Ηλιοπούλου,  
Head of Marketing, Minerva SA Edible Oils  
© Food Enterprises.



## Η πρόκληση της προσαρμογής

**Η μεγαλύτερη πρόκληση για το marketing σήμερα είναι...** να ξεχωρίσεις σαν μάρκα. Η παγκόσμια κρίση έχει ανατρέψει τα πάντα και έχει αλλάξει τη συμπεριφορά του καταναλωτή. Η πρόκληση της προσαρμογής στις πρωτόγνωρες αυτές συνθήκες και ο επαναπροσδιορισμός της στρατηγικής των μαρκών σε μια νέα κανονικότητα είναι επιτακτικά, μέσα από το καταλληλότερο κάθε φορά «κανάλι» επικοινωνίας.

**Αυτή την εποχή, επενδύω σε Μέσα που...** καταφέρνουν να κερδίσουν και να διατηρήσουν την προσοχή του κοινού που στοχεύουμε. Μέσα στην πληθώρα διαθέσιμων μέσων, ο καταναλωτής κατακλύζεται από data, περιεχόμενο, διαφημίσεις, ειδήσεις κ.λπ. Δεν ανταγωνιζόμαστε απλά και μόνο τις εταιρείες που δραστηριοποιούνται στα στενά όρια του κλάδου. Ανταγωνιζόμαστε όλους όσοι παράγουν και διανέμουν περιεχόμενο στην προσπάθειά τους να επικοινωνήσουν κάτι. Ο καταναλωτής θα αφιερώσει χρόνο αποκλειστικά και μόνο όταν θα νιώσει ότι αυτό που βλέπει έχει νόημα, ουσία και τον αφορά.

**Ο σύμμαχός μου στην κρίση που διανύουμε είναι...** η κουλτούρα ανθεκτικότητας, ευελιξίας, εταιρικής υπευθυνότητας, αλλά και η πίστη μου στη συλλογική προσπάθεια της ομάδας και στα αποτελέσματα που φέρνει.

**Το marketing αύριο θα είναι διαφορετικό γιατί...** προϋποθέτει την οικοδόμηση εμπιστοσύνης πάνω στη συνολική και όσο γίνεται εξατομικευμένη εμπειρία του καταναλωτή από τη μάρκα και τις υπηρεσίες της.

**Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο «επαγγελματίας» του αύριο...** Το κλειδί για το πώς αντιλαμβάνεται κάποιος τα «νέα δεδομένα», η ικανότητά του για προσαρμογή και ευπραγία σε ένα ταχέως μεταβαλλόμενο περιβάλλον (AQ), όπως και η συναισθηματική νοημοσύνη, είναι οι μελλοντικοί «Game Changers».

**Η εξέλιξη που θα αλλάξει ριζικά την επικοινωνία στην ψηφιακή εποχή, είναι...** η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών όπως το AI και VR, οι οποίες μπορούν να αλλάξουν τα κριτήρια στην εμπειρία του καταναλωτή σε πραγματικό χρόνο και σε οποιονδήποτε χώρο. Ο συνδυασμός και ο συντονισμός των διαφορετικών μέσων και σημείων επαφής με τον καταναλωτή γίνεται απαραίτητος για την αποτελεσματική διαχείριση της σχέσης και της εμπειρίας του καταναλωτή.

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

