



Marketing... Rules!

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

Της Αλεξάνδρας Χατζηγεωργιάκη,
Marketing Director, Elbisco

Να «βλέπουμε» πραγματικά

Η μεγαλύτερη πρόκληση σήμερα είναι... Ο συνδυασμός συναισθηματικής και τεχνητής νοημοσύνης, με σωστή κατάρτιση και κριτήρια αξιολόγησης και εφαρμογής, ώστε να δημιουργήσουμε ένα βιώσιμο μέλλον.

Ο σύμμαχος μου στην κρίση που διανύουμε είναι... Η κοινή μας εταιρική προσέγγιση, που εμπνέει ομαδικότητα, θετική σκέψη, γρήγορες κινήσεις, όραμα και δημιουργικότητα. Σε εποχές κρίσης, η διασφάλιση της ατομικής και της εταιρικής ασφάλειας σε συνδυασμό με ένα υγιές και εποικοδομητικό εργασιακό περιβάλλον είναι κρίσιμα.

Η νέα κανονικότητα έχει ως βασικό χαρακτηριστικό... τη ρευστότητα, με ότι συνεπάγεται αυτό για τον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζουμε τα νέα δεδομένα. Ο καταναλωτής βρίσκεται αντιμετώπιος με την αβεβαιότητα και την εσωστρέφεια. Είναι αναγκαίο να διατηρήσουμε τα ιδανικά μας, να δημιουργήσουμε όραμα και θετικά πρότυπα καθ' όλη την πορεία μέσα από νέες εναλλακτικές.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... η έννοια της αειφορίας ενταχθεί στη στρατηγική, όχι μόνο ως εταιρική κοινωνική ευθύνη, αλλά ως βασικό σημείο της. Επιπλέον, αν η αειφορία συνδυαστεί με την εξωστρέφεια, την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες επιτυγχάνεται η αύξηση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας προϊόντων. Έτσι συνεισφέρουμε στη δημιουργία υπεύθυνων καταναλωτών, ενώ θέτουμε τις βάσεις για ένα πιο σταθερό, βιώσιμο, οικονομικό και κοινωνικό μέλλον για τις επόμενες γενιές.

Οι δεξιότητες για τον επαγγελματία του αύριο είναι... πολλαπλές και η ικανότητα γρήγορης και εποικοδομητικής επίλυσης σύνθετων προβλημάτων είναι προ-απαιτούμενο. Η εξέλιξη της τεχνολογίας προϋποθέτει την ανάπτυξη ψηφιακών ικανοτήτων σε συνδυασμό με την συναισθηματική νοημοσύνη, τη σωστή κρίση, την ομαδικότητα και την ευελιξία.

Εάν είχα το «μαγικό ραβδί»... Θα έδινα σε όλους μας τη δυνατότητα να «βλέπουμε» πραγματικά τους ανθρώπους γύρω μας. Έτσι θα θύμιζα σε όλους μας πως τα πιο σπουδαία πράγματα στη ζωή μας είναι απλά. Θα θύμιζα πως μπορούμε να είμαστε πιο ανεκτικοί, πιο υπομονετικοί και να έχουμε μεγαλύτερη κατανόηση μεταξύ μας. Έτσι θα είμασταν όλοι καλύτεροι επαγγελματίες, θα είχαμε καλύτερα προϊόντα και επικοινωνίες, πιο ικανοποιημένους συνεργάτες και καταναλωτές.

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



ADVERTISING

Στη Soho Square τα Three Cents

Η Soho Square Athens υπογράφει τη νέα ταινία του ελληνικού brand αναψυκτικών & mixers Three Cents, με τίτλο «The Council». Εμπνευσμένη από την πραγματική ιστορία των Three Cents, η ταινία μας μεταφέρει στο «Διεθνές Συμπόσιο Σόδας», όπου ένας ανατρεπτικός νέος, εξασκών την ανθρακική, θα ταράξει τα νερά. Η επανάσταση της φυσαλίδας θα αναστατώσει τη γερούσια σε σημείο... αποπληξίας, μέχρις ότου ανοίξει ένα μπουκαλάκι Three Cents Pink Grapefruit Soda και ακουστεί το χαρακτηριστικό «Unleash the Bubble!». Την παραγωγή της ταινίας, με διεθνές casting και επιτελείο συνεργατών, υπογράφει η Avion Films υπό τη σκηνοθεσία του Φινλανδού Nalle Sjoblad. Η τηλεοπτική εκδοχή είναι στον αέρα, ενώ η full version στο YouTube κανάλι των Three Cents. Το λανσάρισμα θα πλαισιωθεί από dedicated SoMe υλικά. Η καμπάνια θα υποστηρίξει τη στρατηγική της εταιρείας για ενίσχυση της εξωστρέφειας και διεύρυνση της παρουσίας της στον κλάδο του retail, σε Ελλάδα και Κύπρο. Τα Three Cents εξάγονται ήδη σε 35 χώρες παγκοσμίως.

ADVERTISING

Στην Isobar τα Myelements

Στον «αέρα» είναι η νέα τηλεοπτική επικοινωνία για το brand Myelements, σηματοδοτώντας την έναρξη της συνεργασίας ανάμεσα στην Isobar και την Isorplus. Δύο ταινίες για τα συμπληρώματα διατροφής της Myelements με ιδιαίτερη εικαστική ταυτότητα, εμπνευσμένη από την παλέτα των προϊόντων της, επικοινωνούν τις διαφορετικές ανάγκες που έχουμε καθημερινά για ενέργεια, τόνο και ενίσχυση του ανοσοποιητικού μας συστήματος. Η Isobar ανέλαβε τον λογαριασμό έπειτα από τη διεξαγωγή δημιουργικού pitch και η παραγωγή των ταινιών έγινε από τη Filmiki Productions, με σκηνοθέτη τον Γιάννη Κωσταβάρα.

ADVERTISING

Νέα συνεργασία για τη MullenLowe Athens

Η MullenLowe Athens ανέλαβε την εξέλιξη της εταιρικής ταυτότητας της δικηγορικής εταιρείας «Καρατζά & Συνεργάτες», καθώς και τον επανασχεδιασμό του εταιρικού της website. Η νέα εταιρική ταυτότητα προσαρμόστηκε σε πλήθος μέσων και υλικών, και πλέον αντιπροσωπεύει την «Καρατζά και Συνεργάτες» σε κάθε μορφή επικοινωνίας της. Με τη νέα εταιρική ταυτότητα να πρωταγωνιστεί και να θέτει τις δημιουργικές βάσεις, ακολούθησε ο επανασχεδιασμός του website, που με σύγχρονο τρόπο απεικονίζει την εδραιωμένη παρουσία της εταιρείας, τόσο στην ελληνική, όσο και στη διεθνή αγορά. Η ιστοσελίδα karatza-partners.gr επιτρέπει στον χρήστη να περιηγηθεί εύκολα στους τομείς εξειδίκευσης της εταιρείας, να λάβει τις απαραίτητες πληροφορίες για τους επαγγελματίες που απασχολούνται σε αυτή, καθώς και να έχει μια ολοκληρωμένη ενημέρωση μέσω των σχετικών άρθρων που συμπεριλαμβάνονται.