

DIGITAL MARKETING

Στη Socialab τα social media της Durostick

Η Socialab αναλαμβάνει το σύνολο της ψηφιακής παρουσίας της Durostick στα social media, υιοθετώντας μία ολιστική στρατηγική επικοινωνίας και performance marketing. Η έναρξη της συνεργασίας τοποθετείται στον Ιούλιο του 2020, όταν η Socialab ανέλαβε την παραγωγή επιμορφωτικού βίντεο-υλικού για τους επαγγελματίες τεχνίτες και επισφραγίζεται το 2021 με την ανάθεση της συνολικής παρουσίας της Durostick στα social media. Σκοπός της Socialab είναι όχι μόνο να επικοινωνήσει, αλλά και να αναδείξει τη μοναδικότητα του brand, «καθώς το τρίπτυχο Αντοχή - Επένδυση - Value for money είναι τα βασικά συστατικά της Durostick».

PUBLIC RELATIONS

Στο Publicis Groupe η επικοινωνία του ΙΣΝ

Το Publicis Groupe επιλέχθηκε από το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΙΣΝ) μετά από διαδικασία κλειστού spec, ως ο στρατηγικός του συνεργάτης για το σύνολο της επικοινωνίας του. Συγκεκριμένα, τα Comms Brands του ομίλου, MSL και Digitas, αναλαμβάνουν την πλήρη ανάπτυξη της επικοινωνιακής στρατηγικής και την υλοποίηση του πλάνου δημοσίων σχέσεων και της digital επικοινωνίας του ΙΣΝ.

DIGITAL MARKETING

Οδηγός Third-Party Cookie από το IAB Europe

Μετά από έρευνα που διεξήγαγε για τα Third-Party Cookies το 4ο τρίμηνο του 2020, το IAB Europe κυκλοφόρησε την ολοκληρωμένη ενημέρωση του σχετικού οδηγού για να βοηθήσει τις εταιρείες να προετοιμαστούν για τις αλλαγές που έρχονται. Ο οδηγός, ο οποίος αναπτύχθηκε από ειδικούς από την Επιτροπή Programmatic Trading του IAB Europe, παρέχει τις τελευταίες πληροφορίες για τις πολλές εναλλακτικές λύσεις που αναπτύσσονται για την αντικατάσταση των Third-Party Cookies όταν θα εξαντληθούν το 2022, συμπεριλαμβανομένου του πλαισίου, της ταυτότητας, της χρήσης δεδομένων τηλεπικοινωνίας και της πρωτοβουλίας Google Federated Learning of Cohorts (FLoC).

DIGITAL MARKETING

Στην A Bit of Greece τα social media της Medisei

Στην A Bit of Greece ανέθεσε τη διαχείριση των social media της η Medisei. Συγκεκριμένα, το agency θα διαχειρίζεται το Facebook των μαρκών Panthenol Extra, Kaiser και Medisei και το Instagram της Panthenol Extra. Η A Bit Of Greece αναλαμβάνει τη δημιουργία περιεχομένου, τη διαχείριση της digital εικόνας και την online διαφήμιση για τα καλλυντικά και παραφαρμακευτικά προϊόντα της Medisei, η οποία διευρύνει την έως τώρα συνεργασία τους.

Marketing... Rules!

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



Ηρώ Κουμάκη,
Γενική Διευθύντρια, Isoplus

Εστίαση στον άνθρωπο

Το σημαντικότερο marketing lesson που μας άφησε το 2020 για τα επόμενα χρόνια είναι... ότι η εστίαση στον άνθρωπο και όχι στον καταναλωτή, θα είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας για την επιτυχία ή μη μιας επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις προσπαθούσαν μέχρι σήμερα να καταλάβουν τον καταναλωτή και να προσφέρουν λύσεις στα προβλήματα του, ικανοποιώντας κάθε μορφή ανάγκη του.

Η πανδημία του Covid-19 όμως φέρνει στο προσκίnio πιο έντονα από ποτέ την ανάγκη αλλαγής αυτού του μοντέλου επικοινωνίας. Οι επιχειρήσεις πρέπει να μάθουν τον άνθρωπο πίσω από τον πελάτη. Τι σκέφτεται, τι ονειρεύεται να κάνει, τι τον προβληματίζει, πώς αντιλαμβάνεται, πρώτα συναισθηματικά και μετά λογικά την παρούσα κατάσταση. Οι δεσμοί εμπιστοσύνης που οδηγούν στην αφοσίωση και την πίστη του καταναλωτή σε μια επιχείρηση δεν καλλιεργούνται πλέον με την απλή ικανοποίηση των αναγκών του. Αντίθετα, απαιτείται συναισθηματικό δέσιμο με τον άνθρωπο-καταναλωτή, λειτουργώντας η επιχείρηση ως «ο άνθρωπός τους», ο συνεργάτης που μοιράζεται και προτείνει λύσεις και επιλογές που απαντούν στις δικές του σκέψεις, ιδέες και συναισθήματα!

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι... ανθεκτικότητα, γρήγορα αντανακλαστικά, μια ολιστική προσέγγιση επικοινωνίας και δημιουργικότητα.

Το μοντέλο συνεργασίας clients-agencies αλλάζει επειδή... υπάρχει ανάγκη για μεγαλύτερη ευελιξία και πιο αυθεντική, ειλικρινή επικοινωνία μεταξύ των δύο μερών.

Η εξέλιξη της τάσης του in-housing θα εξαρτηθεί από... την αύξηση της αποδοτικότητας που θα έχουν όσες εταιρείες το εφαρμόσουν σε συνδυασμό με την πιθανή μείωση του κόστους, αλλά και τον τρόπο που θα διαχειριστούν αυτή την «κρίση» τα agencies.

Η διαφήμιση μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping, εάν... τα brands αποφασίσουν συνειδητά να προβληθούν μέσα από μια επικοινωνία χωρίς στερεότυπα, όχι για να διαφοροποιηθούν, αλλά επειδή το πιστεύουν πραγματικά και είναι μέρος της ταυτότητάς τους.

Οι άνθρωποι αύριο θα αντιλαμβάνονται τις επιχειρήσεις ως... οργανισμούς που οφείλουν πρωτίστως να σέβονται τον άνθρωπο, το περιβάλλον, το οικοσύστημα, και τον πλανήτη. Χωρίς δεσμεύσεις και πρακτικές για βιώσιμη ανάπτυξη, οι επιχειρήσεις δεν θα είναι πια relevant για τους καταναλωτές.

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

