

## DIGITAL MARKETING

### Στην Humble n Cafetex

**Η Humble Digital Agency και η Cafetex** ξεκίνησαν στρατηγική συνεργασία με σκοπό την προβολή της μάρκας «Coffeeway» στους καταναλωτές, μέσα από social media campaigns και digital activations. Η Humble συνδυάζοντας το δημιουργικό με το performance, σχεδιάζει digital campaigns που κερδίζουν την προσοχή των καταναλωτών, ενώ ταυτόχρονα βελτιστοποιεί το digital media buying εξασφαλίζοντας περισσότερες και πιο στοχευμένες προβολές για τους πελάτες της. Η συνεργασία των δύο εταιρειών έχει στόχο την ενίσχυση του awareness της μάρκας στο ευρύτερο καταναλωτικό κοινό των Super Market, και συγκεκριμένα, στοχεύει στην ανάδειξη των premium προϊόντων της εταιρείας στις κατηγορίες των αρωματικών καφέδων φίλτρου, κλασικών καφέδων φίλτρου και καφουλών espresso. Τα πρώτα υλικά της συνεργασίας βρίσκονται ήδη στον αέρα, στις σελίδες της εταιρείας στο Facebook και το Instagram.

## MARKETING

### Ο Γιώργος Ζαρόγιαννης στη Βίκος ΑΕ

**Τη θέση του Director Of Communications** στην εταιρεία Βίκος ΑΕ ανέλαβε πρόσφατα ο Γιώργος Ζαρόγιαννης. Έμπειρο στέλεχος της ελληνικής αγοράς επικοινωνίας, έχει μεταξύ άλλων διατελέσει Managing Director της Soho Square Athens, General Manager στην Ogilvy Albania, καθώς και Account Director στην Ogilvy Ελλάδα και στην McCann Erickson.

## DIGITAL MARKETING

### Στην Koolmetrix n Samsonite

**Σε συνεργασία με την Koolmetrix** προχώρησε η Ν.Ι.Μίνωγλου ΑΕ, όσον αφορά στο brand Samsonite. Συγκεκριμένα, η Koolmetrix δημιουργεί μία στοχευμένη στρατηγική performance marketing και επικοινωνίας, με βασικούς πυλώνες την αύξηση του brand awareness και την άνοδο των πωλήσεων, όπως τα ορίζουν οι επιχειρηματικοί στόχοι της Samsonite.

## DIGITAL MARKETING

### Στη FlipNewMedia η μαγειρική πλατφόρμα της Νουνού

**Στη FlipNewMedia ανέθεσε** η Friesland Campina Hellas τον ανασχεδιασμό της μαγειρικής πλατφόρμας [www.stronoumetrapezi.gr](http://www.stronoumetrapezi.gr). Επιπλέον, η ομάδα της εταιρείας έχει αναλάβει από τις αρχές του έτους, τον σχεδιασμό και την υλοποίηση της ψηφιακής στρατηγικής με στόχο την επιπλέον ενίσχυση brand awareness και αφετέρου του engagement με τους χρήστες της πλατφόρμας. Αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής αποτελεί η ανάπτυξη του SEO μέσω ανάλυσης keywords και παραγωγής εξατομικευμένου content, καθώς επίσης και η διαχείριση των social media.

## Marketing... Rules!

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

Αντώνης Κοσάρης,  
Γενικός Διευθυντής,  
Power Health Hellas



## Ολιστικό Marketing

**Το σημαντικότερο marketing lesson που μας άφησε το 2020 για τα επόμενα χρόνια είναι...** ότι θα πρέπει να αντιμετωπίσουμε το Marketing στην ολιστική του διάσταση και όχι μόνο υπό το πρίσμα του προϊόντος και της επικοινωνίας. Η πανδημία ανέδειξε σε παγκόσμιο επίπεδο τεράστια προβλήματα σε επίπεδο διανομής και κατ' επέκταση πρόσβασης του καταναλωτή σε βασικά αγαθά. Κοιτάζοντας μπροστά, πρέπει να επενδύσουμε περισσότερο στην τεχνολογία/καινοτομία, για να διασφαλίσουμε την απρόσκοπτη διάθεση των προϊόντων μας στον καταναλωτή.

**Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει...** τα μέγιστα σε όλους τους τομείς της ζωής. Η πανδημία και οι πρωτόγνωρες συνθήκες που επέβαλλε, απέδειξαν πως υπήρχαν τεχνολογικές λύσεις που παρέμεναν αναξιοποίητες. Είδαμε άμεσα οι επιχειρήσεις να προσαρμόζονται σε διαδικασίες τηλεργασίας, ο καταναλωτής να εξοικειώνεται με τις ηλεκτρονικές αγορές, τα εκπαιδευτικά ιδρύματα να λειτουργούν με τηλεκπαίδευση. Ακόμη και ο δημόσιος τομέας υιοθέτησε ψηφιακές πλατφόρμες στην επικοινωνία του με τον πολίτη.

**Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν...** θα αποφασίσει η πολιτεία να ενσωματώσει στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση μαθήματα επιχειρηματικότητας, δημιουργικότητας, καινοτομίας και αειφορίας.

**Οι άνθρωποι αύριο θα αντιλαμβάνονται τις επιχειρήσεις ως...** ενεργά κύτταρα της κοινωνίας, που συμμετέχουν στη δημιουργία υγιών προτύπων για τις νέες γενιές, μέσα από τις αξίες των brands που δημιουργούν. Άλλωστε, ήδη γνωρίζουμε πως οι κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις κατέχουν μια ξεχωριστή θέση στην καρδιά και την προτίμηση των καταναλωτών.

**Good Marketing σημαίνει...** το να διαισθάνεσαι τον πραγματικό σφυγμό και τις ανάγκες του καταναλωτή συνολικά. Η αρχή και το τέλος του Marketing σήμερα, είναι marketers και brands που έχουν σκοπό τους όχι μόνο να είναι επιτυχημένα, αλλά να ακούσουν και να βοηθήσουν τον άνθρωπο, την κοινωνία, τον πλανήτη.

**Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ένας επαγγελματίας του αύριο είναι...** εκείνες που πηγάζουν από τον συναισθηματικό του κόσμο. Οι τεχνικές δεξιότητες είναι απαραίτητες για να επιτύχεις μια προσωπική νίκη. Όμως η αληθινή επιτυχία περνά μέσα από τη συλλογική νίκη, η οποία με τη σειρά της προϋποθέτει soft skills και ιδιαίτερα ενσυναίσθηση.

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

