

ADVERTISING

Η Sky Express στην Soho Square

Την Soho Square Athens επέλεξε η Sky Express για τον δημιουργικό και στρατηγικό σχεδιασμό του συνόλου της επικοινωνίας του πτητικού έργου και των υπηρεσιών της, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Σύμφωνα με τον Γιώργο Διαμαντόπουλο, Πρόεδρο της Soho Square, «Όλη η ομάδα της Soho Square πραγματικά πετάει από χαρά. Είμαστε βέβαιοι ότι το κοινό μας ταξίδι με τη Sky Express θα είναι long-haul με first-class service».

PUBLIC RELATIONS

Νέα διπλή διεθνής διάκριση της V+O

Για τη στρατηγική και αποτελεσματική διάδραση με το κοινό, καθώς και για την ευρηματική ανάδειξη ενός έργου μέσα από ενέργειες Event Management, βράβευσε ο Διεθνής Θεσμός IPRA Golden World Awards (GWA) τη V+O Communication. Οι δυο χρυσές διακρίσεις που απέσπασε η V+O περιλαμβάνουν το IPRA Golden World Award for Excellence (GWA) στην κατηγορία «Community Relations» για την κοινωνική συνεργατική πρωτοβουλία «Future Loading» της Coca-Cola στην Ελλάδα (Coca-Cola Hellas και Coca-Cola Τρία Έψιλον), καθώς και το IPRA Golden World Award for Excellence (GWA) στην κατηγορία «Event Management», για τον σχεδιασμό και τη διοργάνωση της τελετής παρουσίασης για το έργο της αναβάθμισης του φωτισμού στον Ιερό Βράχο της Ακρόπολης.

DIGITAL MARKETING

Αττικές Εκδόσεις και Lotame σε στρατηγική συνεργασία

Συνεργασία σε επίπεδο συλλογής και χρήσης data ξεκινούν οι Αττικές Εκδόσεις και η Lotame. Με τη χρήση του audience management platform & Panorama ID της Lotame, το Attica Media Marketplace θα παρέχει στους διαφημιζόμενους αποτελεσματικές δυνατότητες στόχευσης σε ένα premium, transparent και brand safe περιβάλλον. Παράλληλα, οι χρήστες θα έχουν πρόσβαση σε προσωποποιημένο περιεχόμενο, με βάση τις προτιμήσεις τους όπως αυτές διαμορφώνονται κατά τη διάρκεια της περιήγησής τους στα site του ομίλου.

ADVERTISING

Τα Starbucks Κύπρου στην New Age

Στο πλαίσιο της νέας συνεργασίας της με την Starbucks Κύπρου, η διαφημιστική εταιρεία New Age ολοκλήρωσε την καμπάνια της πρώτης για το φετινό καλοκαίρι. Η καμπάνια επικοινωνήθηκε στο ραδιόφωνο, σε digital κανάλια (social media, Google Ads κ.λπ.), αλλά και σε outdoor παραγωγές (ντύσιμο λεωφορείων κ.λπ.), ενώ παράλληλα πραγματοποιήθηκαν τοπικά events.

Marketing... Rules!

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



Στάθης Ευθυμίου
Marketing & Communications Director,
Ήρων

«Απλότητα» στην επικοινωνία

Αυτό που χρειάζονται οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι... να στέκονται δίπλα τους ως σύμβουλοι για να επικοινωνούν με τον κατάλληλο τρόπο τις υπηρεσίες στον καταναλωτή, αφού πρώτα αποκωδικοποιήσουν τις ανάγκες του. Να αναζητούν την «απλότητα» της επικοινωνίας αφού πρώτα έχουν αφαιρέσει τον «θόρυβο» του business.

Στη σημερινή συγκυρία, η τεχνολογία συνεισφέρει... στην αλλαγή του τρόπου που δουλεύουμε, καταναλώνουμε και διασκεδάζουμε. Η τεχνολογία ξεπέρασε τις «αναγκαστικές αποστάσεις» κι έφερε αλλαγές που θα χρειάζονταν χρόνια για να συντελεστούν. Επιπλέον, ώθησε τις επιχειρήσεις να στραφούν στην εξυπηρέτηση μέσα από ψηφιακές πλατφόρμες. Σε αυτές πρόσθεσαν επιπλέον δυνατότητες και διαδραστικές υπηρεσίες υψηλού επιπέδου με ομογενοποιημένη ποιότητα. Οι ανθρωπόωρες που απελευθερώθηκαν από την ταχύτερη εξυπηρέτηση, επιστρέφουν σε εμάς τους πολίτες / καταναλωτές για να τις αξιοποιήσουμε πιο δημιουργικά!

Η μεγαλύτερη πρόκληση στο ψηφιακό οικοσύστημα σήμερα είναι... η υλοποίηση ενός ριζικού ψηφιακού μετασχηματισμού, που αλλάζει τις εσωτερικές διαδικασίες και το μοντέλο λειτουργίας των επιχειρήσεων, φέρνοντας μια ενιαία εμπειρία σε όλα τα κανάλια πώλησης. Οι επιχειρήσεις που θα τα καταφέρουν, θα βελτιώσουν την αποδοτικότητά τους και θα περάσουν μπροστά.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... οι εταιρείες κατανοήσουν πως η ανάπτυξή τους συμβιώνει ισότιμα με την αειφορία. Στην περίοδο της πανδημίας, έγινε εμφανής η σημασία που δίνουν πλέον οι καταναλωτές στις επιχειρήσεις που νοιάζονται και συμμετέχουν στα προβλήματα της κοινωνίας και αναμένουν από τη «μάρκα» που θα επιλέξουν να επιστρέφει σταθερά και έμπρακτα ένα «μέρισμα συνεισφοράς».

Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει να... ακούν προσεκτικά τον πελάτη, να αφουγκράζονται τις πραγματικές του ανάγκες. Να διαβάζουν πίσω από τις εξελίξεις σε όλους τους κλάδους και πώς αυτές θα μπορούσαν να μετασχηματίσουν την αγορά τους. Και το κυριότερο να σκέφτονται απλά.

Μια χαμένη ευκαιρία ήταν... μια κακή εμπειρία πελάτη που δεν ακούσαμε, δεν επεξεργαστήκαμε και δεν πήραμε ως μάθημα.

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

