

ADVERTISING

Σε UM και Cicero η Praktiker Hellas

Τη Cicero επέλεξε η Praktiker για την ανάθεση του διαφημιστικού της λογαριασμού, μετά από κλειστό spec το οποίο πραγματοποιήθηκε μέσα στον Σεπτέμβριο. Μάλιστα, το πρώτο τηλεοπτικό spot της νέας συνεργασίας βρίσκεται ήδη στον «αέρα», στο πλαίσιο της χριστουγεννιάτικης καμπάνιας της Praktiker. Παράλληλα, η UM, μετά από διαδικασία έτερου κλειστού pitch, κέρδισε τη διαχείριση του media planning & buying της Praktiker Hellas. Η συνεργασία τους ξεκινά άμεσα.

DIGITAL MARKETING

Η Generation Y φέρνει την Algolia στην Ελλάδα

Την αποκλειστική αντιπροσωπεία του γαλλικού ομίλου Algolia στην Ελλάδα, καθώς και της ομώνυμης μηχανής αναζήτησης και υπερπροσωποποιημένης εμπειρίας onsite, ανέλαβε η Generation Y - International eBusiness Hub. Η πλατφόρμα αναζήτησης περιεχομένου Algolia Site Search δέχεται, όπως επισημαίνει σχετική ανακοίνωση, πάνω από 40 δισ. αναζητήσεις τον μήνα, στα ηλεκτρονικά καταστήματα και web portals όπου έχει εγκατασταθεί και επιτρέπει στις επιχειρήσεις να χτίζουν, να διαχειρίζονται και να προσφέρουν προσωποποιημένες αγοραστικές εμπειρίες στους πελάτες τους, βασισμένες στο περιεχόμενο προηγούμενων αναζητήσεων τους onsite. Επίσης, αναφέρεται ότι, αξιοποιώντας το Intelligent Search και το AI, οι επιχειρήσεις που διαθέτουν το Algolia Site Search αυξάνουν το conversion rate, κατά 30%. «*Συνεχίζουμε και ενισχύουμε τη φαρέτρα μας με τα πλέον σύγχρονα και αποδοτικά εργαλεία για κάθε επιχείρηση που επενδύει στον ψηφιακό μετασχηματισμό της*», δήλωσε ο Αναστάσιος Σπανίδης, CEO και co-Founder της Generation Y.

ADVERTISING

Νέα στελέχη στην Max Media

Στη λειτουργία νέων τμημάτων για τη βελτιστοποίηση του 360 media performance προχωρά η Max Media Greece, με στόχο το response optimization της κάθε καμπάνιας στα media, την περαιτέρω αναβάθμιση και μεγιστοποίηση της media απόδοσης και της αποτελεσματικότητας. Τα νέα τμήματα στελεχώνονται με έμπειρους επαγγελματίες της αγοράς ως Account Directors όπως η Εύη Βασιλείου, προερχόμενη από εταιρείες όπως η Havas Worldwide Athens και η GOD ReInventing Communications, και η Μαρίκα Μπρούσαλη, προερχόμενη από τη θέση της Media Director στην Publicis - Spark. Παράλληλα, η Max Media ενισχύει περαιτέρω τα Business Unit Digital και Strategic Accounts. Συγκεκριμένα, ξεκινά συνεργασία με την Ιουστίνη Παπαβασιλείου ως Digital Director και επικεφαλής του BU, και τη Σίσσυ Χλωμίσου ως Business Development Director / Strategic Accounts.

Marketing... Rules!

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

Χρυσούλα Αθανασοπούλου,
Brand Strategy and Marketing Operations Manager,
Κωτσόβολος - Dixons South East Europe



Human skills

Το σημαντικότερο marketing lesson που μας άφησε το 2020 για τα επόμενα χρόνια είναι... η ανάπτυξη ενός mindset, ανοικτού στην αλλαγή. Οι καταναλωτές αλλάζουν τον τρόπο και τα μέσα που καταναλώνουν (social commerce), γίνονται ακόμα πιο απαιτητικοί και αναζητούν νέες εμπειρίες (βιωματικότητα). Τα brands πρέπει να ανταποκριθούν άμεσα, με μία ευέλικτη στρατηγική. Πώς; Αντιμετωπίζοντας την αλλαγή, σαν ευκαιρία για καινοτομία και εξέλιξη.

Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping, εάν... αφήσει πίσω της τα δημογραφικά στοιχεία και σχεδιαστεί πάνω στα ενδιαφέροντα, τις αξίες και τα πιστεύω των καταναλωτών. Η αμεσότητα και η διαφάνεια που προσφέρουν τα online Μέσα έχουν ανοίξει την πόρτα σε κοινωνικούς διαλόγους που είναι interest-based αντί για identity-based.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... τα προγράμματα αειφορίας ανάπτυξης που χρησιμοποιούν και εφαρμόζουν οι επιχειρήσεις αποτελέσουν ουσιαστική συνεισφορά στην κοινωνία και το περιβάλλον. Πιστεύω πολύ στην ιδιωτική πρωτοβουλία με σωστό σχέδιο δράσης, όχι απλά σε ένα buzzword με μοναδικό στόχο τη φήμη της εταιρείας.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο... είναι να είναι ευέλικτος, να παίρνει γρήγορα αποφάσεις αλλά κυρίως να έχει στο επίκεντρο τους ανθρώπους. Όσο κλισέ και εάν ακούγεται, για να αναπτυχθείς σε κλάδους που συνεχώς εξελίσσονται, χρειάζεται μέσα στους business στόχους σου να ενσωματώσεις και τους στόχους που σχετίζονται με το ανθρώπινο δυναμικό. Τα human skills δεν είναι πια soft. Δεν είναι «nice to have», αλλά «must have».

Εάν είχα το μαγικό ραβδί... θα δημιουργούσα ένα επιχειρηματικό περιβάλλον, χωρίς στερεότυπα και διακρίσεις. Σέβομαι τις εταιρείες που έχουν εντάξει πρωτοβουλίες, που στηρίζουν τη διαφορετικότητα στο φύλο, στην ηλικία, στη φυλή, στην αναπηρία, στην εθνική καταγωγή και στον σεξουαλικό προσανατολισμό.

Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει πλέον να... μην σκέφτονται μόνο σαν marketers! Οι πιο καινοτόμες ιδέες μου έχουν έρθει μιλώντας με άτομα που δεν είναι στο marketing. Όσο πιο εξωστρεφείς είμαστε και όσο περισσότερο υποστηρίζουμε ένα υβριδικό μοντέλο ομάδων, τόσο πιο κοντά θα έρθουμε σε ιδέες που θα αγγίζουν end-to-end τον κάθε πελάτη.

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

