

ADVERTISING

Η ΔΕΗ σε spec 12,5 εκατ. ευρώ

Η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού ΑΕ (ΔΕΗ) προσκαλεί τους ενδιαφερομένους σε ηλεκτρονική διαδικασία με διαπραγματεύσεις μετά από προηγούμενη προκήρυξη για τη σύναψη σύμβασης με αντικείμενο την Παροχή Επικοινωνιακών και Διαφημιστικών Υπηρεσιών. Η διάρκεια ισχύος της σύμβασης θα είναι μέχρι την κάλυψη του προϋπολογισμού των 12.500.000 ευρώ, και εκτιμάται σε 2 έτη. Ο ανάδοχος θα αναλάβει την παροχή επικοινωνιακών υπηρεσιών και διαφημιστικών υπηρεσιών για τη ΔΕΗ, με στόχο την ενίσχυση της εταιρικής και εμπορικής εικόνας της. Ενδεικτικά, θα σχεδιάζει στρατηγικό πλάνο επικοινωνίας και δημιουργικό υλικό για κάθε καμπάνια, θα υποστηρίζει τους υπάρχοντες λογαριασμούς social media της εταιρείας, θα παρέχει υπηρεσίες για την ανάπτυξη των κύριων digital καναλιών της και θα συμβάλλει σε ενέργειες δημοσίων σχέσεων. Οι προσφορές υποβάλλονται ηλεκτρονικά με καταληκτική ημερομηνία υποβολής την Πέμπτη 23/12/2021.

PUBLIC RELATIONS

Νέα συνεργασία για τη Mindhaus

Η Mindhaus, εταιρεία στρατηγικής τουριστικού marketing και μέλος του V+O Group, ξεκίνησε συνεργασία με τον όμιλο επιχειρήσεων του Σπύρου Λαφαζάνη, έναν εκ των πλέον εξειδικευμένων ομίλων οινικής παραγωγής, ο οποίος πέραν της «Λαφαζάνης Οινοποιητική ΑΕ» έχει επεκτείνει τις δραστηριότητές του με την εξαγορά του ιστορικού οινοποιείου «Νέστωρ», στη Μεσσηνία. Συγκεκριμένα, η Mindhaus αναλαμβάνει τον ολοκληρωμένο σχεδιασμό για την τοποθέτηση στην αγορά του ομίλου του Σπύρου Λαφαζάνη, καθώς και τη χάραξη και διαχείριση της επικοινωνιακής στρατηγικής για την ανάπτυξη σχέσεων με εταίρους, φορείς και MME, σε διεθνές, εθνικό και τοπικό επίπεδο.

MARKETING

Ο Ηλίας Σούσης αποχωρεί από την Google

Ο Ηλίας Σούσης αποχωρεί από την Google μετά από σχεδόν 12 χρόνια συνεργασίας, με σκοπό να αφοσιωθεί σε ένα δικό του επιχειρηματικό εγχείρημα. Συγκεκριμένα, αναλαμβάνει πλέον τη θέση του CEO στη Wikifarmer, της οποίας υπήρξε συνιδρυτής τον Ιανουάριο του 2018. Τελευταία του θέση στην Google ήταν αυτή του Head of Domestic Market and YouTube για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα, ρόλος τον οποίο κατείχε από τον Ιούνιο του 2015. Όπως επισμαίνει ο ίδιος ο Ηλίας Σούσης, η Wikifarmer είναι μια startup που έχει στόχο να αλλάξει πραγματικά τον χώρο της αγροτικής παραγωγής και να βοηθήσει τους παραγωγούς να αυξήσουν το εισόδημά τους συμβάλλοντας παράλληλα στην επίλυση σημαντικών ζητημάτων, όπως η κλιματική αλλαγή.

Marketing... Rules!

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



Λουκία Χωραφά, Head of Marketing and
Communications, Mastercard Greece, Cyprus, Malta

Proactiveness

Το σημαντικότερο marketing lesson που μας άφησε το 2020 για τα επόμενα χρόνια είναι... το να είμαστε προσαρμοστικοί ως προς τα νέα δεδομένα, παραμένοντας πιστοί στη στρατηγική του brand, υιοθετώντας παράλληλα

ευελιξία στα tactics που χρησιμοποιούμε. Επίσης, περισσότερο από ποτέ, ο στόχος της ορθής λειτουργίας μίας εταιρείας, μέσα από την ουσιαστική προσφορά στις κοινωνίες που δραστηριοποιείται, πρέπει να αποτελεί μέρος της στρατηγικής της, με σαφείς κατευθύνσεις, αλλά και δράσεις. **Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι...** proactiveness, βαθύτερη ανάλυση δεδομένων σε σχέση με τις ανάγκες των καταναλωτών, δημιουργική προσέγγιση και στρατηγική σκέψη. Έτσι, ένα brand μπορεί να αναπτυχθεί μέσα στη νέα πραγματικότητα, προσφέροντας προστιθέμενη αξία στους καταναλωτές και όχι μόνο καλές ιδέες.

Το μοντέλο συνεργασίας clients-agencies αλλάζει επειδή... πλέον το «μαζί» είναι πιο αναγκαίο από ποτέ, καθώς τα agencies αποτελούν ένα σύμμαχο, όπου μέσα από ανοιχτή συζήτηση, ξεκάθαρη επικοινωνία στόχων αλλά και στρατηγική σκέψη, εξυπηρετείται η ανάγκη για δημιουργικές και αποδοτικές καμπάνιες, τόσο προς όφελος του brand, όσο και του agency.

Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping, εάν... τα brands τολμήσουν να επικοινωνήσουν ξεκάθαρα, ανοιχτά και χωρίς υπεκφυγές τη φιλοσοφία και την αλήθεια τους. Το positioning αυτό θα πρέπει να υποστηρίζεται έμπρακτα μέσα από κάθε κίνηση του brand, αλλά και των ανθρώπων του, καθώς εκείνοι αποτελούν τους μεγαλύτερους ambassadors του.

Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει πλέον να... έχουν τις «κεραίες» τους ανοιχτές και να εκπαιδεύονται συνεχώς πάνω σε θέματα νέων καινοτόμων εργαλείων και τεχνολογιών. Διαφορετικά, είναι πιθανό να μεταμορφωθούν σε «δεινόσαυρους» του marketing και να αντικατασταθούν. Δεν πρέπει να μένουν στην παραδοσιακή επικοινωνία, αλλά να τολμούν – να εφαρμόζουν στην ουσία του το «out of the box» - μέσα από ιδέες που βοηθούν τους καταναλωτές, την κοινωνία και φυσικά το business τους.

Εάν είχα το μαγικό ραβδί... θα έθετα το marketing στον πυρήνα της στρατηγικής των brands. Υπάρχουν ακόμα εταιρείες όπου οι business leaders δεν μπορούν να αντιληφθούν πλήρως όλα όσα μπορούν να επιτύχουν μέσα από το marketing και την εφαρμογή ορθών πρακτικών του. Για να επιτύχει η στρατηγική marketing ενός brand, η ηγεσία του οφείλει να το «αγκαλιάσει».

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

