

PUBLIC RELATIONS

Η MSL επίσημα στην Ελλάδα

Η MSL, το Public Relations agency του Publicis Groupe, έρχεται επίσημα στην Ελλάδα και εντάσσεται στα Comms Brands του ομίλου, μαζί με τις Publicis, Leo Burnett και Digitas. Το δίπτυχο Influence και Impact είναι η υπόσχεση της MSL προς τους πελάτες της σε όλον τον κόσμο και στόχος της είναι να φέρει «Real Impact» στην επικοινωνία πελατών, όπως η Adidas, η Procter & Gamble, η Samsung, η Visa και το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος. «*Η data-driven προσέγγιση της MSL αλλάζει τα δεδομένα, τόσο στο PR όσο και στο Influencer Marketing, εντοπίζοντας τα σημεία επιρροής που δημιουργούν τον μεγαλύτερο αντίκτυπο για brands και εταιρείες, παρέχοντας υπηρεσίες με απολύτως μετρήσιμα αποτελέσματα*», ανέφερε ο Brand Lead της MSL στην Ελλάδα, Αλέξης Μυλωνάς. «*Είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι που καλωσορίζουμε και επίσημα στην Ελλάδα την MSL, ένα δίκτυο δημοσιών σχέσεων που δραστηριοποιείται σε περισσότερες από 40 χώρες, με πάνω από 100 γραφεία και 2.000 υπαλλήλους*», δήλωσε η Chief Brand Officer / Comms Brands του Publicis Groupe Greece, Αγγελίνα Δεσούλλα. Ο Αντώνης Πασσάς, CEO Greece & Southeast Europe του Publicis Groupe, τόνισε ότι: «*Η MSL έρχεται να ολοκληρώσει το μοντέλο λειτουργίας του ομίλου μας, "The Power of One", το οποίο είναι χτισμένο γύρω από τις ανάγκες των πελατών μας, με στόχο να τους προσφέρει με εναρμονισμένο και απρόσκοπτο τρόπο όλο το φάσμα των υπηρεσιών επικοινωνίας*».

MARKETING

Νέα Head Of Digital Marketing στο Public Group

Στο δυναμικό του Public Group εντάχθηκε πρόσφατα η Μαρίζα Αρβανίτη, αναλαμβάνοντας τη θέση της Head of Digital Marketing. Προέρχεται από την iProspect, στην οποία εντάχθηκε το 2018 ως Performance Marketing Specialist και μετέπειτα ανέλαβε Senior Performance Marketing Specialist. Στο παρελθόν, έχει συνεργαστεί και με την Douleutaras ως Performance Marketing Manager.

DIGITAL MARKETING

Η FIBA αναθέτει στην Digital Minds

Η Digital Minds αναλαμβάνει τη δημιουργία και υλοποίηση Custom Influencer Campaigns για τη Διεθνή Ομοσπονδία Καλαθοσφαίρισης (FIBA), σε YouTube και Instagram, αξιοποιώντας top-tier influencers από το ευρύ network της. Βασικός στόχος είναι η ενίσχυση της παρουσίας της FIBA στην αγορά της Ελλάδας και, μακροπρόθεσμα, η τοποθέτηση του FIBA Basketball World Cup ανάμεσα στα Top 5 premium sporting events του 2023 παγκοσμίως. Η στρατηγική συνεργασία ξεκίνησε με την προώθηση των αγώνων μεταξύ Ελλάδας -Τουρκίας μέσα από informative και engaging content, με σκοπό τη συνολική κάλυψη της εμπειρίας των αγώνων και την προσέλκυση του κοινού.

Marketing... Rules!

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



Αγγελική Ιωσηφίδου
Marketing & Communication Director,
Eurocatering (Φρεσκούλης)

«Keeping it real»

Το 2021 ήταν για τα brands και τους brand owners... μια χρονιά η οποία έδωσε τον χρόνο να εμπειδίσουμε πως η μόνη σταθερά είναι η αλλαγή. Διανύουμε μια νέα εποχή, βρισκόμαστε σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον, ενώ ταυτόχρονα οι καταναλωτές γίνονται περισσότερο απαιτητικοί και ενημερωμένοι από ποτέ. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός βρίσκεται σε εξέλιξη, οι τάσεις αλλάζουν, οι marketers καλούνται να διαχειριστούν συνεχώς νέα δεδομένα & insights και να τα ενσωματώσουν στις στρατηγικές τους, παραμένοντας πιστοί στο brand purpose. Θα έλεγε κανείς ότι πλέον ότι η ικανότητα προσαρμογής στις αλλαγές και η ευελιξία είναι μονόδρομος.

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... η βελτίωση της ζωής του, η ανάγκη για σύνδεση, το ευ ζην της κοινωνίας και η συνεισφορά του σε ένα καλύτερο μέλλον.

Για να συνδεθεί σήμερα με την κοινωνία, το marketing οφείλει να... ακολουθεί την λογική «keeping it real»! Το marketing πρέπει να φροντίζει ώστε η μάρκα να έχει προσωπικότητα, να έχει σκοπό, να λέει αλήθεια. Η επικοινωνία πρέπει να περιστρέφεται γύρω από την πραγματικότητα και να έχει ουσία, περιεχόμενο.

Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο marketer του αύριο είναι... ικανότητα αντίληψης και ανάλυσης, προσαρμοστικότητα και γρήγορα ανακλαστικά. Ύψιστο ρόλο έχουν ήδη, και θα συνεχίσουν, η συναισθηματική νοημοσύνη και η διάθεση για upskilling & reskilling.

Ο ρόλος του marketing στην πορεία για βιωσιμότητα είναι... καταλυτικός. Οι marketers έχουν την δύναμη αλλά και την ευθύνη να ενσωματώσουν την ατζέντα της βιωσιμότητας στις εταιρείες και τις μάρκες, και μέσω της επίτευξης των στόχων αυτής να προσφέρουν προστιθέμενη αξία στην κοινωνία, προστατεύοντας το μέλλον μας.

Η δημιουργικότητα και η αποτελεσματικότητα είναι έννοιες που... συνδέονται. Η δημιουργικότητα είναι ένα μοναδικό εργαλείο, ένα ταξίδι κατά το οποίο εκτυλίσσεται μια ιδέα μέσα από διάφορα μονοπάτια και καταλήγει σε κάτι απτό, το οποίο εξυπηρετεί τη στρατηγική, τους στόχους, το μήνυμα. Όσο πιο ευφάνταστη, τολμηρή και πρωτότυπη είναι εν τέλει η επικοινωνία τόσο καλύτερα θα μιλήσει στον καταναλωτή και επομένως τόσο πιο αποτελεσματική θα είναι.

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



Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος
Hellenic Advertisers Association