

## ADVERTISING

### Τις Digitas και Zenith επέλεξε η Βίκος

Η εταιρεία Βίκος επέλεξε τις Digitas και Zenith του Publicis Groupe Greece για το σύνολο της παρουσίας και προβολής των προϊόντων της στα social media και στα MME, αντίστοιχα. Συγκεκριμένα, η Digitas, το digital-first omnichannel agency του ομίλου, αναλαμβάνει τη στρατηγική περιεχομένου, το community management καθώς και τα paid media στα social media κανάλια, βασισμένη στη data-driven μεθοδολογία της, που εστιάζει στην ανάπτυξη των πελατών της. Αντίστοιχα, η Zenith, το ROI Agency του Publicis Groupe, αναλαμβάνει τη στρατηγική επικοινωνίας για την προβολή όλων των προϊόντων Βίκος στα MME σε επίπεδο above the line βασιζόμενη στην growth φιλοσοφία και την insightful μεθοδολογία της για μια ολιστική προσέγγιση του καταναλωτή. Ο CEO του Publicis Groupe Greece & Southeast Europe, Αντώνης Πασσάς, σχολίασε: «Είμαστε ενθουσιασμένοι για την έναρξη της συνεργασίας με τη Βίκος ΑΕ. Η συγκεκριμένη οικογενειακή επιχείρηση μοιράζεται την ίδια επιθυμία για καινοτομία με τις ομάδες της Digitas και της Zenith».

## ADVERTISING

### Στην Think Plus το e-shop.gr

Μετά από διαδικασία κλειστού spec, η Think Plus επιλέχθηκε ως ο στρατηγικός συνεργάτης για την 360° επικοινωνία του e-shop.gr. Όπως επισημαίνει, με ιδέες που είναι in line με τη νέα εποχή και το όραμα του e-shop.gr, η Think Plus κατάφερε να ξεχωρίσει και να αναλάβει τη δημιουργία όλης της νέας διαφημιστικής επικοινωνίας του. Ο CEO της Think Plus, Δαυίδ Τρακαντζίδης, δήλωσε: «Είμαστε πολύ περήφανοι που το 1ο e-shop στην Ελλάδα, εμπιστεύτηκε τη δημιουργικότητά μας, αλλά και την εξειδίκευσή μας στο e-commerce, για να δημιουργήσουμε μαζί και να χειριστούμε την 360° επικοινωνία! Ένα τόσο δυναμικό και πρωτοποριακό brand, όπως το e-shop.gr, αποτελεί για εμάς στρατηγική συνεργασία για την Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό».

## DIGITAL MARKETING

### New Business για την Cambo

Στην Cambo ανέθεσε η εταιρεία Ελληνικά Γαλακτοκομεία ΑΕ την online επικοινωνία της σειράς προϊόντων Παιδικής Διατροφής Όλυμπος, για τη διαχείριση του website και της Facebook σελίδας «Όλυμπος Πρώτα Βήματα». Η Όλυμπος και η Cambo κάνουν τα «Πρώτα Βήματά» τους προς μια φρέσκια δημιουργική κατεύθυνση, με ιδέες εμπνευσμένες από την αγνότητα και τη φυσικότητα του brand, αλλά και από τα ίδια τα παιδιά. Σκοπός της νέας συνεργασίας είναι να χτιστεί ένα online community για τους γονείς που θέλουν να ενημερώνονται υπεύθυνα και τεκμηριωμένα σε ζητήματα που αφορούν στην παιδική διατροφή και την ανάπτυξη των παιδιών τους, αλλά και να περνούν ποιοτικό χρόνο με τα παιδιά τους, αξιοποιώντας προτάσεις για δημιουργική απασχόληση και fun activities.

### Marketing... Rules!

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

Νίκος Κουτσαβέλης,  
Trade Marketing Manager,  
Volterra



## Ανάγκη για ευελιξία

**Τ**ο 2021 ήταν για τα brands και τους brand owners... επιταχυντής αλλαγής νοοτροπίας και ευαισθητοποίησης των καταναλωτών σε πάρα πολλά θέματα, μεταξύ των οποίων -ευτυχώς- και η βιωσιμότητα. Η κορύφωση της πανδημίας και η ενεργειακή κρίση που εξακολουθούμε να βιώνουμε όλοι μας, σε παγκόσμιο επίπεδο, πολλαπλασίασε τους καταναλωτές που, ενήμεροι πλέον, στηρίζουν έμπρακτα τα brands που προωθούν τη βιώσιμη ανάπτυξη (ESG), ενισχύοντας το περιβαλλοντικό τους προφίλ και μειώνοντας το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα.

**Αυτό που αναμένεται να αλλάξει τον τρόπο δουλειάς μου το 2022 είναι...** η ανάγκη για ευελιξία και προσαρμοστικότητα στις νέες προκλήσεις της εποχής που βιώνουμε. Η ένταση των αλλαγών γύρω μας, σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο, επιβάλλουν σε όλους μας να είμαστε περισσότερο ενεργητικοί και πρακτικοί και ταυτόχρονα να επιδεικνύουμε μεγαλύτερη ενσυναίσθηση στις ανάγκες των πελατών και των τοπικών κοινωνιών.

**Αν οι marketers θέλουν να είναι καινοτόμοι, πρέπει πλέον να...** σκέφτονται πρωτίτως ως πελάτες και καταναλωτές και ακολούθως να σχεδιάζουν ενέργειες marketing που ανταποκρίνονται σε πραγματικές ανάγκες. Μία αντίληψη δηλαδή πελατοκεντρική, με προϊόντα και υπηρεσίες που ξεκινούν από τον ίδιο τον άνθρωπο.

**Οι δεξιότητες που πρέπει να έχει ο επαγγελματίας του αύριο είναι...** πράγματα που πολλές φορές θεωρούμε τετριμμένα, όπως η ομαδικότητα, το πνεύμα συνεργασίας, ο επαγγελματισμός, η ανάγκη για διαρκή εκπαίδευση και εξέλιξη στο επαγγελματικό πεδίο.

**Ο ρόλος του marketing στην πορεία για βιωσιμότητα είναι...** είναι καθοριστικός για τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας για τους πελάτες των brands, όσο και για τις τοπικές κοινωνίες. Οι marketers οφείλουν να αφουγκραστούν τις ανάγκες των καταναλωτών και να σχεδιάσουν καινοτόμες υπηρεσίες/προϊόντα, τα οποία ουσιαστικά θα «προλαμβάνουν» τις σύγχρονες ανάγκες νοικοκυριών και επιχειρήσεων.

**Η άνοδος του digital φανερώνει...** ότι το καλύτερο και πιο «σίγουρο» μέρος για να συναντήσουμε τους πελάτες μας είναι το ψηφιακό περιβάλλον. Οι εταιρείες που θα πρωτοστατήσουν στην αγορά, είναι εκείνες που θα επενδύσουν στην ανάπτυξη μιας κουλτούρας ψηφιακού DNA, στοχεύοντας στη βελτιστοποίηση της εμπειρίας εξυπηρέτησης των πελατών τους και της προσφοράς εξατομικευμένων λύσεων για την κάλυψη των αναγκών τους.

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

