

ADVERTISING

Στην Initiative η Καραμολέγκος

H Initiative αναδείχθηκε νικήτρια του spec που «έτρεξε» η Καραμολέγκος για τον λογαριασμό media planning & buying. Η πορεία της Αρτοβιομηχανίας Καραμολέγκος ξεκίνησε το 1950 από έναν οικογενειακό φούρνο στη Σαντορίνη. Το 1989 η αρτοβιομηχανία απέκτησε τη σημερινή νομική της μορφή με την επωνυμία «Αρτοβιομηχανία Καραμολέγκος ΑΕ» και τα προϊόντα της έφτασαν σε super market και άλλους φούρνους. Το προϊόντικό της καρτοφυλάκιο διαθέτει ποικιλία ψωμιών και αρτοποιημάτων.

DIGITAL MARKETING

Διεθνές new business για την Baas Digital

Το πελατολόγιό της ενίσχυσε η Baas Digital, εγκαινιάζοντας τη συνεργασία της με το αυστραλιανό brand Sparc Technologies, που δραστηριοποιείται στον τομέα της πράσινης τεχνολογίας, προσφέροντας λύσεις με βάση το γραφείο στην αγορά των θαλάσσιων και προστατευτικών επιστρώσεων παγκοσμίως. Συγκεκριμένα, η Baas Digital ανέλαβε την ψηφιακή επικοινωνία του brand σε πέντε ηπείρους και 23 χώρες. Η media στρατηγική σχεδιάστηκε, όπως αναφέρει η σχετική ανακοίνωση, με στόχο την ανάπτυξη του brand awareness και τη δημιουργία ενδιαφέροντος για τις υπηρεσίες της εταιρείας. Η καμπάνια που αναπτύχθηκε αναδεικνύει την τεχνογνωσία της εταιρείας στη δημιουργία motion graphics, που προβάλλουν το ζητούμενο με ένταση και μοντέρνο ύφος. Η διαφημιστική καμπάνια επικοινωνείται στις πλατφόρμες LinkedIn, Google Programmatic DV360 και Google Search.

ADVERTISING

Στην Producta Direct έργο 1,5 εκατ. ευρώ

Το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων αποφάσισε την κατακύρωση του διαγωνισμού για το έργο «Ολοκληρωμένο Σχέδιο Δράσεων Επικοινωνίας του ΕΠ ΥΜΕΠΕΡΑΑ για τα έτη 2022-2023», στον οικονομικό φορέα Producta Direct ΕΠΕ. Η ανάθεση πραγματοποιείται έναντι ποσού 1.563.082 ευρώ, συμπεριλαμβανομένου του ΦΠΑ.

MARKETING

Η Κλειώ Κούβελα στην Sky Express

Τη θέση της Head of Communications & Corporate Affairs στη Sky Express αναλαμβάνει η Κλειώ Κούβελα. Η Κλειώ Κούβελα διαθέτει εκτεταμένη εμπειρία στον κλάδο της εταιρικής επικοινωνίας και των εταιρικών σχέσεων. Πριν ενταχθεί στο δυναμικό της Sky Express ανήκε στην ομάδα της V+O, ως Business Unit Director.

Marketing... Rules!

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



Ευαγγελία Βόσου,
Marketing Manager East Europe
Personal Care Unilever

Αληθινά πρότυπα

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands το 2023 είναι... να χτίζουν σχέση εμπιστοσύνης με τους καταναλωτές και να παραμένουν αυθεντικά, προωθώντας αληθινά πρότυπα για μία καλύτερη κοινωνία.

Οι προτεραιότητες του σύγχρονου καταναλωτή είναι... αρχικά τα χρήματά του να πάνουν τόπο. Δίνει έμφαση στην ποιότητα και τη σωστή συσχέτισή της με την τιμή και έχει διάθεση να επιλέξει προϊόντα που διέπονται από έναν απώτερο σκοπό, συμβάλλοντας έτσι όχι μόνο στη βελτίωση της καθημερινότητάς του, αλλά των μεγάλων κοινωνικών θεμάτων π.χ. προϊόντα που προάγουν τη βιωσιμότητα και έχουν ενεργό ρόλο στην κοινωνία.

Better Marketing σημαίνει... να μιλάς άμεσα στο κοινό με τη γλώσσα του σήμερα, να ακούς και να αφουγκράζεσαι τους προβληματισμούς του καταναλωτή, να δίνεις λύση στην καθημερινότητά του, και να έχεις ένα σκοπό που είναι relevant για την κοινωνία.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... σίγουρα η προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες και η κατανόηση των αναγκών των διαφορετικών κοινών. Πρέπει επίσης να είναι σε θέση να σκέφτεται δημιουργικά, στρατηγικά και πολύπλευρα για να λειτουργεί αποτελεσματικά σαν συνδεδεμένος κρίκος. Τέλος, να κατανοεί τον σκοπό της μάρκας του και να θέλει να συμβάλει σε ένα καλύτερο αύριο, ώστε να είναι και ο καλύτερος εκπρόσωπός της.

Η βιωσιμότητα βρίσκεται πολύ ψηλά στην agenda των marketers γιατί... Ο κόσμος προβληματίζεται για το μέλλον του πλανήτη και θεωρεί σε μεγάλο βαθμό τις επιχειρήσεις υπεύθυνες για την κλιματική αλλαγή, τις ενεργειακές προκλήσεις και την παρακμή του οικοσυστήματος. Θεωρεί ακόμα υποχρέωση των εταιρειών και των brands όχι μόνο να δείχνουν, αλλά και να έχουν υπεύθυνη στάση απέναντι στον πλανήτη.

Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping... με τη δημιουργία επίκαιρων marketing campaigns που προκαλούν και διαταράσσουν τα παραδοσιακά στερεότυπα των φύλων. Οι εταιρείες, με βάση την ταυτότητά τους, οφείλουν να εργαστούν ενεργά για να καταρρίψουν τα επιβλαβή κοινωνικά πρότυπα και να προωθήσουν τη συμπερίληψη και σημασία της μοναδικότητας, ώστε όλα τα κοινά να αισθάνονται ότι εκπροσωπούνται και εκτιμώνται από το εκάστοτε brand.

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