

## PUBLIC RELATIONS

### Στη Gravity the Newtons τα PR της Δέλτα

**H Gravity the Newtons ανέλαβε** την PR επικοινωνία της εταιρείας Δέλτα ΑΕ, κατόπιν διαδικασίας διερεύνησης της αγοράς από την πλευρά της εταιρείας. Συγκεκριμένα, η Δέλτα ανέθεσε στη Gravity the Newtons το σύνολο της επικοινωνίας, δηλαδή Γραφείο Τύπου, Media Relations, σχεδιασμό και υλοποίηση εκδηλώσεων όσον αφορά την Corporate αλλά και την προϊοντική επικοινωνία. Η Δέλτα είναι η πρώτη εταιρεία που έφερε στην Ελλάδα το ομογενοποιημένο, παστεριωμένο φρέσκο γάλα, διανεμόντάς το σε κάθε γωνιά της χώρας. Εδώ και 70 χρόνια, αναπτύσσεται με υπευθυνότητα στηρίζοντας την ελληνική κτηνοτροφία, την κοινωνία και την οικονομία. Στο χαρτοφυλάκιο των προϊόντων της περιλαμβάνονται το γάλα, το γιαούρτι, οι χυμοί, το παγωμένο τσάι, τα φυτικά και τυροκομικά προϊόντα.

## MARKETING

### Συνεργασία Rebornn και Corporate Rebels

**H Rebornn προχώρησε** σε στρατηγική συνεργασία με τους Corporate Rebels, μια ομάδα νέων ανθρώπων «που αμφισβητεί το status quo της επαγγελματικής πραγματικότητας» και έχει αναλάβει να επαναπροσδιορίσει την εργασία με πιο θετικό πρόσημο. «Το να ωθούμε και να εμπνέουμε τις εταιρείες που συνεργαζόμαστε να επαναπροσδιορίζουν και να ανακαλύπτουν εκ νέου τον τρόπο που λειτουργούν αποτελεί κοινό παρονομαστή για τη Rebornn και τους Corporate Rebels. Έτσι, προχωρήσαμε σε αυτή τη συνεργασία με στόχο τη δημιουργία added value στις υπηρεσίες μας, μαζί με την περαιτέρω ενίσχυση της εξειδίκευσης και της εμπειρίας των δύο ομάδων, προς έναν καλύτερο τρόπο εργασίας. Έχοντας ήδη ξεκινήσει με κάποιες ad hoc συνεργασίες, ανυπομονούμε για την εξέλιξη και το περιεχόμενο αυτής της συνεργασίας στο μέλλον!», δήλωσε η Κέλλυ Παναγιωτίδου, Organizational Design Partner της Rebornn.

## MARKETING

### Διοικητικές αλλαγές στον όμιλο Innews

**Σε διοικητικές αλλαγές προχώρησε** ο όμιλος Innews μετά την ενσωμάτωση των εταιρειών SponsorValue και Adbank στο πακέτο των υπηρεσιών του. Αναλυτικότερα, ο Γιάννης Μπίκας αποχωρεί από τη θέση του Managing Director της SponsorValue και αναλαμβάνει τη Γενική Εμπορική Διεύθυνση, ενώ ο Δημήτρης Σχίζας αναβαθμίζεται και αναλαμβάνει τη Γενική Διεύθυνση Λειτουργιών & Τεχνολογίας. Τις παραπάνω αλλαγές θα ακολουθήσει η περαιτέρω οργανωτική αναδιάρθρωση του ομίλου, «με σκοπό την αναβάθμιση των υπηρεσιών του προς το ευρύ χαρτοφυλάκιο πελατών που ήδη διαθέτει ως ο μεγαλύτερος Media Intelligence όμιλος της ελληνικής αγοράς», όπως επισημαίνεται σε σχετική ανακοίνωση.

### Marketing... Rules!

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



Βάσια Σούλου,  
Marketing Director,  
Pernod Ricard Hellas

## Θετικό αποτύπωμα

**Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2023 είναι...** οι συχνές αλλαγές και προκλήσεις στο εξωτερικό περιβάλλον και η ανάγκη για άμεση προσαρμοστικότητα, ώστε τα brands να υπερβαίνουν τις προσδοκίες των καταναλωτών!

**Better Marketing σημαίνει...** purpose driven marketing. Τα brands πρέπει να χρησιμοποιούν τη δύναμη της φωνής τους για να συμβάλλουν σε θετική αλλαγή στη ζωή των καταναλωτών, αλλά και στην κοινωνία ευρύτερα, να μην περιορίζονται στην επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων, αλλά να αφήνουν θετικό αποτύπωμα σε μία σειρά περιβαλλοντικών, οικονομικών και κοινωνικών παραγόντων, βάζοντας πρώτα τον άνθρωπο (καταναλωτή και εργαζόμενο).

**Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι...** να είναι in-touch με τα brands, με τους καταναλωτές και το market reality. Να είναι πραγματικοί partners που μαζί με τους brand owners θα «χτίσουν» τα brands, θα αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις και θα προσφέρουν τις σωστές λύσεις στο κοινό τους.

**Καλό brief σημαίνει...** brief που έχει ξεκάθαρο business challenge & objectives, είναι short & crispy, με clear deliverables και πάνω από όλα, εμπνέει το agency. Ειδικά σε περιόδους όπως αυτή που διανύουμε, που η κάμψη της δημιουργικότητας απασχολεί τον κλάδο μας διεθνώς, ένα καλό brief είναι σημαντικό εργαλείο για την ενίσχυσή της.

**Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι...** το ευρύτερο επιχειρηματικό πνεύμα, η περιέργεια, η προσαρμοστικότητα, η ευελιξία, η στρατηγική (και όχι μόνο) δημιουργικότητα και η συναισθηματική νοημοσύνη. Όμως, επιτρέψτε μου να πω ότι το μέλλον είναι ήδη εδώ.

**Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping εάν...** επικεντρωθεί στον ίδιο τον άνθρωπο και τις ανάγκες του και όχι μόνο στα δημογραφικά χαρακτηριστικά του. Γενικότερα, αν η επικοινωνία ξεπεράσει κάθε είδους στερεότυπα, θα γίνει πολύ πιο αποτελεσματική.

**Η τηλεόραση την επόμενη δεκαετία θα είναι...** σίγουρα διαφορετική από σήμερα. Η τεχνολογία και οι generations Z & Alpha θα διαμορφώσουν τη νέα της μορφή και τον νέο της ρόλο κι εμείς οι marketers θα πρέπει να είμαστε έτοιμοι να την κάνουμε integrate & execute με τον σωστό τρόπο.

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