

PUBLIC RELATIONS

Στη The Kompany η επικοινωνία της Μασούτης

Η The Kompany ξεκινά συνεργασία με την Διαμαντής Μασούτης ΑΕ και αναλαμβάνει τη συνολική στρατηγική της επικοινωνία προς τα κοινά ενδιαφέροντος. Μέσα από τον σχεδιασμό και την υλοποίηση στοχευμένου πλάνου επικοινωνίας, αλλά και μέσα από ένα σύνολο υπηρεσιών, όπως λειτουργία Γραφείου Τύπου, Media Relations, Influencers Marketing, Internal Communication και διαμόρφωση πλάνου ΕΚΕ, στοχεύει να επικοινωνήσει τα στοιχεία του DNA της Μασούτης ΑΕ που προκύπτουν από την επιχειρηματική ηθική της και από αξίες όπως ποιότητα, ασφάλεια, φροντίδα, εμπιστοσύνη, καινοτομία, αλλά και μια αμιγώς ανθρωποκεντρική φιλοσοφία που διέπει τον οργανισμό. Ο Κώστας Τσολάκης, Founder & CEO της The Kompany, δήλωσε: «*Η νέα συνεργασία έρχεται σε μια ευτυχή συγκυρία και για τις δύο πλευρές. Από τη μία η Μασούτης ΑΕ που έχει μπει σε μια περίοδο εξωστρέφειας, υλοποιώντας ένα διευρυμένο επενδυτικό πλάνο και από την άλλη η The Kompany που ενισχύει την παρουσία της στον ιδιαίτερα ανταγωνιστικό και απαιτητικό κλάδο του retail μέσα από νέες, εξαιρετικές, αλλά και ιδιαίτερες απαιτητικές συνεργασίες.*»

MARKETING

Η Red Design Consultants για το Designer Outlet Athens

Με αφορμή τη μετονομασία του McArthurGlen σε Designer Outlet Athens, η Red Design Consultants σχεδίασε τη νέα ταυτότητά του. Ο σχεδιασμός εμπνέεται από σημεία της αρχιτεκτονικής του κτιρίου αλλά και από «την οικεία αίσθηση μιας μικρής πόλης». Το σύμβολο, μονοσήμαντο και λιτό, ισορροπεί σχεδιαστικά ανάμεσα στα αρχικά γράμματα «D» και «O» εκφράζοντας με τρόπο κομψό την έννοια του all day fashion & fun destination. Όπως ανέφερε η Τζίνα Σεντούκα, CEO της Red Design, «*η ταυτότητα του Designer Outlet Athens θέλαμε να είναι σχεδόν σαν ένα μονόγραμμα fashion brand που είναι λιτό και ευέλικτο, που μπορεί να γεννήσει μία εικαστική γλώσσα στην επικοινωνία, τόσο στο physical όσο και στο digital περιβάλλον.*»

DIGITAL MARKETING

Ένας χρόνος λειτουργίας του Omniciq CSS

Η Omniciq γιορτάζει τον πρώτο χρόνο λειτουργίας του δικού της CSS (Comparison Shopping Service), με το οποίο e-shops της ελληνικής αγοράς κατάφεραν να αξιοποιήσουν στο μέγιστο το διαφημιστικό τους budget, καθώς με την ίδια δαπάνη πέτυχαν αύξηση σε impressions, clicks και conversions τόσο σε καμπάνιες Google Standard Shopping όσο και σε καμπάνιες Performance MAX. Ο συνιδρυτής και Head of Digital της Omniciq, Δημήτρης Μπαχτσέβανης, δήλωσε: «*Στην Omniciq, επενδύουμε σημαντικούς πόρους σε έρευνα και ανάπτυξη και από την πρώτη στιγμή δημιουργήσαμε δικές μας λύσεις στην αυτόματη και proactive βελτίωση shopping καμπανιών.*»

Marketing... Rules!

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

Ελένη Στεφανίδου
Media Relations Manager,
Nestlé Ελλάς



Προσαρμοστικότητα

Αυτό που αναμένεται να αλλάξει τον τρόπο δουλειάς μου το 2023 είναι... η μεγαλύτερη έμφαση στη δημιουργία εξατομικευμένου περιεχομένου και στην αξιοποίηση μετρήσεων. Τα Media θα συνεχίσουν να εξελίσσονται και να μεταβάλλονται μέσα από την ανάπτυξη νέων δομών και τρόπων ενημέρωσης αλλά και νέων εργαλείων, όπως για παράδειγμα η τεχνητή νοημοσύνη, γεγονός που προϋποθέτει προσαρμοστικότητα, ευελιξία και διαρκή επαφή με τις τεχνολογικές εξελίξεις.

Η βιωσιμότητα βρίσκεται πολύ ψηλά στην agenda των marketers γιατί... δημιουργεί μακροπρόθεσμη αξία, ενώ ταυτόχρονα απαντά σε περιβαλλοντικές και κοινωνικές προκλήσεις που δεν αφορούν μόνο τις επιχειρήσεις, αλλά συνολικά τα ενδιαφερόμενα μέρη τους. Οι καταναλωτές για παράδειγμα, περιμένουν από τις εταιρείες την ανάληψη ουσιαστικής δράσης στην αντιμετώπιση σύγχρονων προκλήσεων που επηρεάζουν την ποιότητα της ζωής τους.

Ισχυρισμοί βιωσιμότητας χωρίς αποδείξεις είναι... επικοινωνιακό «πυροτέχνημα». Ο διάλογος με τους καταναλωτές σε θέματα βιωσιμότητας προϋποθέτει διαφάνεια, στοιχείο απαραίτητο για τη διατήρηση της εμπιστοσύνης τους προς την εταιρεία. Σε μια εποχή υπερ-πληροφόρησης αλλά και παραπληροφόρησης, που έχει ενισχύσει τη δυσπιστία των καταναλωτών, η ανάγκη για αξιόπιστη και τεκμηριωμένη ενημέρωση είναι επιτακτική.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... η βιωσιμότητα ενσωματωθεί σε όλες τις εκφάνσεις της επιχειρηματικής λειτουργίας και είναι μέρος της εταιρικής στρατηγικής.

Το marketing μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στο θέμα της βιωσιμότητας γιατί... αναδεικνύει πιο βιώσιμα προϊόντα και καλές πρακτικές της εταιρείας, ενημερώνει και εκπαιδεύει τους καταναλωτές ενθαρρύνοντας πιο βιώσιμες επιλογές και ενεργοποιεί την καινοτομία.

Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά σήμερα τα media είναι... οι τεχνολογικές αλλαγές και η επίδρασή τους στον τρόπο με τον οποίο ενημερώνομαστε και μοιραζόμαστε πληροφορίες. Η διάσπαση του κοινού, η πληθώρα ενημερωτικών πηγών και η δύναμη των social media κάνουν πιο δύσκολη την προσέγγιση του κοινού από τα παραδοσιακά Μέσα ενημέρωσης. Και σε αυτό το τοπίο έρχονται να προστεθούν τα νέα εργαλεία τεχνητής νοημοσύνης, που αναμφίβολα γεννούν νέες προκλήσεις.

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

