

MarketingWeek

News & Views



Marketing... Rules!

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

Ηλίας Σταθακόπουλος,
Marketing Manager Misko,
Barilla Hellas AE

«Οι μάρκες πρέπει να μιλούν ειλικρινά»

Οι βασικές προκλήσεις για τους brand owners το 2023 είναι... να καταφέρουν να αφουγκραστούν τις ανάγκες των καταναλωτών σε ένα ραγδαία μεταβαλλόμενο κοινωνικοπολιτικό περιβάλλον και να «χτίσουν» την κατάλληλη επικοινωνία για τις μάρκες τους. Είναι λειπτή η γραμμή που χωρίζει την επιτυχία μιας καμπάνιας από τη δημιουργία αρνητικών συναισθημάτων για τη μάρκα, αν αυτή δεν δείξει ενουσιότητα.

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... οι μάρκες να μιλήσουν ειλικρινά, σεβόμενες την αντίληψη των καταναλωτών, αλλά και το μέσο στο οποίο τοποθετούν το διαφημιστικό τους περιεχόμενο.

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι... να μπουν στα παπούτσια τους! Να κατανοήσουν τις πραγματικές τους ανάγκες, ώστε να δημιουργήσουν από κοινού δημιουργικές και αποτελεσματικές καμπάνιες. Χρειάζονται επίσης καθοδήγηση, ώστε να στοχεύσουν στα κανάλια και τα touchpoints που έχουν νόημα για το εκάστοτε brand.

Η διαδικασία ενός spec είναι... χρονοβόρα και απαιτητική, είναι όμως μια καλή ευκαιρία, τόσο για τον διαφημιζόμενο, ώστε να οριοθετήσει τις ανάγκες του και να επιλέξει την καλύτερη προσέγγιση γι' αυτές, όσο και για τα agencies, που έχουν τη δυνατότητα να αποκτήσουν νέους πελάτες, ισχυροποιώντας τη θέση τους στην αγορά.

Καλό brief είναι... αυτό που καταφέρνει να κάνει τον διαφημιζόμενο και το agency να μιλήσουν την ίδια γλώσσα. Πρέπει να είναι ταυτόχρονα αναλυτικό, αλλά και σαφές ως προς τους στόχους και τα ζητούμενα. Κάποιες φορές οι brand owners, παρασυρμένοι από την ανάγκη για καλύτερα αποτελέσματα, εμπλουτίζουμε το brief με πληροφορίες που, σε μια δεύτερη ανάγνωση, δεν θα παίξουν ρόλο, ρισκάροντας να αποπροσανατολίσουμε την ομάδα από το ζητούμενο.

Η «συνταγή» για επιτυχημένο Influencer Marketing είναι... ότι δεν υπάρχει μία και μοναδική συνταγή. Παρότι οι influencers μπορούν να προσφέρουν στα brands γρήγορο awareness ή engagement με τους followers, ως brand owners, πρέπει να αντιμετωπίζουμε την ανάγκη της κάθε μάρκας μας ξεχωριστά. Και οι συνεργάτες μας πρέπει να γνωρίζουν καλά τις τάσεις στον χώρο των influencers, ώστε να μπορούν να προτείνουν κάθε φορά το κατάλληλο mix ανθρώπων που θα συνδεθούν με τη μάρκα και θα έχουν θετικό αντίκτυπο σε αυτή.

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



ADVERTISING

4Hats: Νέο δημιουργικό agency

Ο Κωνσταντίνος Ντάλας μαζί με ένα σχήμα επενδυτών και μια ταλαντούχα ομάδα συνεργατών, παρουσιάζουν τη 4Hats, ένα νέο δημιουργικό agency, το οποίο προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις επικοινωνίας, στρατηγικής και διαφήμισης. Ο συνιδρυτής της 4Hats, Κωνσταντίνος Ντάλας, βρίσκεται στον χώρο της επικοινωνίας εδώ και δεκαετίες, ενώ προέρχεται από τον χώρο των media. Τα τελευταία χρόνια δραστηριοποιείται στην Κύπρο με το PR & Advertising Agency, Red Wolf. «Ως ιδρυτές της 4Hats, ερχόμαστε για να φέρουμε το αποτελεσματικό διαφορετικό. Ερχόμαστε για να προσφέρουμε εμπειρίες που βρίσκουν χώρο στην καρδιά και το μυαλό των καταναλωτών και κάνουν τα brands να μεγαλώνουν. Με τη δύναμη της δημιουργικότητας πάντα στην πρώτη γραμμή, παρέχουμε ολοκληρωμένες λύσεις επικοινωνίας και διαφήμισης και είμαστε έτοιμοι για κάθε είδους πρόκληση. Βασίζομενοι στο ταλέντο, τη στρατηγική και τη δημιουργία, έχουμε ως αποστολή την εξυπηρέτηση των πελατών μας σε υψηλό επίπεδο». Ο Head of Strategy της 4Hats, Παναγιώτης Παπαχατζής, έχει εικοσαετή εμπειρία στον χώρο και έχει υπάρξει ένας από τους πρωτοπόρους της ψηφιακής επικοινωνίας στη χώρα μας.

ADVERTISING

Στη McCann Athens το Durex

Η McCann Athens ξεκινά συνεργασία με το Durex, μετά από spec που διενεργήθηκε στην ελληνική αγορά, αναλαμβάνοντας την επικοινωνιακή επανατοποθέτηση του brand. Η συνεργασία περιλαμβάνει τη δημιουργία μιας 360° καμπάνιας επικοινωνίας καθώς και below-the-line ενέργειες. «Με μια στρατηγική επικοινωνίας που θα βασίζεται στη σύγχρονη αντίληψη, η McCann Athens θα ενισχύσει το έργο του Durex για έναν κόσμο όπου το σεξ αποτελεί έναν τρόπο έκφρασης και απελευθέρωσης, #loveyoursex», επισμαίνεται σε σχετική ανακοίνωση.

MEDIA

Το Open υλοποίησε καμπάνιες Dynamic TV Ads με γεωγραφική στόχευση

Το Open σε συνεργασία με την AdWEB υλοποίησαν τις πρώτες καμπάνιες Dynamic TV Ads με geo-targeting για μεγάλους διαφημιζόμενους. Η παραδοσιακή διαφήμιση πέρασε σε νέα εποχή και οι smart TV «χρησιμοποιήθηκαν» από το Open και την AdWEB με βάση τη γεωγραφική επιλογή του διαφημιζόμενου. Η πρώτη, όπως επισμαίνεται, τηλεοπτική καμπάνια Dynamic TV Ads προβλήθηκε σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή επιλογής του διαφημιζόμενου, ενώ η τεχνολογία έδινε real-time report αποδοτικότητας τηρώντας όλα τα IAB διεθνή standards. Η τεχνολογία geo-targeting και η πλατφόρμα που χρησιμοποιήθηκε επιτρέπει πλέον στον διαφημιζόμενο να κάνει πιο σφαιρικές και ακριβείς επιλογές με βάση τη γεωγραφική στόχευση, αλλά και να παρακολουθεί ζωντανά την επίδοση στις «έξυπνες» τηλεοράσεις όπου εμφανίζεται.