

## ADVERTISING

### Η Heinz αναθέτει στη Meteorites Creative Space

Στη Meteorites Creative Space ανέθεσε, μετά από σχετικό spec, την επικοινωνία της στην Ελλάδα η Heinz. Όπως ανέφερε η ομάδα της Meteorites Creative Space «είναι στην ευχάριστη θέση να φέρει τον witty χαρακτήρα και το iconic brand portfolio της Heinz στα ελληνικά δεδομένα, μένοντας πιστή στην playful διάθεση που εκπροσωπεί παγκοσμίως». Παράλληλα, χαρακτήρισε τη Heinz ως ένα dream brand για κάθε άνθρωπο της επικοινωνίας. «Γι' αυτό κι εμείς, ξεκινάμε αυτό το νέο ταξίδι με ενθουσιασμό, στρατηγική ματιά και άφθονη δημιουργική διάθεση», καταλήγει.

## DIGITAL MARKETING

### Dove & Initiative: Στον «αέρα» η πρώτη καμπάνια humanads

Η μάρκα Dove και η Initiative συμμετέχουν στην πρώτη καμπάνια του νέου programmatic διαφημιστικού δικτύου humanads. Η έμφαση στην καινοτομία αλλά και η κοινωνική ευαισθησία που χαρακτηρίζουν, εδώ και χρόνια, την επικοινωνία του brand Dove, αποτελούν δύο από τους βασικούς πυλώνες του δικτύου humanads, το οποίο έχει ως στόχο να επαναπροσδιορίσει την αξία και την αποδοχή της online διαφήμισης για τα brands και τους ανθρώπους. Στο πλαίσιο της πρώτης humanads καμπάνιας που είναι live από τις 26 Μαΐου και θα διαρκέσει ως τις 25 Ιουνίου, το Dove προβάλλεται - αποκλειστικά και μόνο - αξιοποιώντας premium, non-intrusive & exclusive ad formats και placements που υλοποιούνται στα websites μεγάλων ομίλων ψηφιακών Μέσων της χώρας (Alter Ego, DPG Digital Media Group). Το 10% των κερδών από την υλοποίηση & διαχείριση της καμπάνιας humanads για το Dove (όπως και κάθε καμπάνιας humanads), θα αποδοθεί από την Acrossmedia241 σε επιλεγμένες ΜΚΟ που έχουν ανακοινωθεί στο thehumanads.com.

## MARKETING

### Η Hellenic Catering στη Food For Thought

Η Hellenic Catering, μέλος του ομίλου Vivartia, ανέθεσε στη Food For Thought το επαναλανσάρισμά της στην ελληνική και τη διεθνή αγορά. Η Food For Thought δημιούργησε την ολοκληρωμένη εικόνα της εταιρείας που εδώ και 40 χρόνια σχεδιάζει, παράγει και διανέμει έτοιμα γεύματα. Η νέα εταιρική ταυτότητα της Hellenic Catering αποτυπώθηκε στο σύνολο των εργαλείων της εταιρείας και στο website που αναμένεται να είναι on air μέσα στο καλοκαίρι. Η Food For Thought ανέλαβε επιπλέον τον σχεδιασμό για την παρουσία της εταιρείας στην έκθεση Food Expo 23, όπου παρουσιάστηκε πρώτη φορά η νέα εικόνα Hellenic Catering. Η συνεργασία της Hellenic Catering με τη Food For Thought συνεχίζεται και στο λανσάρισμα των νέων συσκευασμένων προϊόντων της εταιρείας που απευθύνονται σε καταστήματα λιανικής πώλησης και αναμένεται να ανακοινωθεί σύντομα.

### Marketing... Rules!

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



Μάρω Ασημάκη,  
Head of Brand @ Retail Advertising,  
Κωτσόβολος -Dixons South East Europe

## #BrandLove

**Ο**ι βασικές προκλήσεις για τα brands το 2023 είναι... ο αυξανόμενος ανταγωνισμός, η επικοινωνία με μία απαιτητική νέα γενιά καταναλωτών, η ανάγκη για βιωσιμότητα και η προσαρμογή στην ψηφιακή εποχή. Με νέες ανάγκες και «θέλω» να διαμορφώνονται καθημερινά, τα brands δεν μπορούν να επαναπαύονται κι εμείς πρέπει να αναπτύσουμε διαρκώς καινοτόμες στρατηγικές προώθησης, να αξιοποιούμε την τεχνολογία για να προσφέρουμε πρωτόγνωρες εμπειρίες στους καταναλωτές και να δίνουμε επιπλέον αξία στο brand μέσω προσαρμοσμένων προϊόντων και υπηρεσιών. Σκεφτείτε, εξατομικευμένες εμπειρίες, υψηλή ποιότητα, βιώσιμες πρακτικές και κοινωνική ευθύνη.

**Το marketing effectiveness εξαρτάται από...** την κατανόηση και στόχευση του σωστού κοινού και από την αποτελεσματική επικοινωνία, το πώς, δηλαδή, θα «περάσουμε» το σωστό μήνυμα, εμπλουτίζοντάς το με δημιουργικότητα για να αποτυπωθεί στο μυαλό του κοινού, με δυνατό και ξεκάθαρο branding και με τρόπο που να ανταποκρίνεται στους στόχους που έχουμε θέσει.

**Η τηλεόραση την επόμενη δεκαετία...** θα συνεχίσει να παίζει σημαντικό ρόλο στη ζωή των καταναλωτών με πιο προσωποποιημένο περιεχόμενο, δυνατότητες διάδρασης και νέες τεχνολογίες όπως AI & AR. Ως marketers, πρέπει να κατανοήσουμε τις ανάγκες των διαφορετικών κοινών και να διαμορφώσουμε αντίστοιχα τη στρατηγική επικοινωνίας μας με σκοπό την καλύτερη δυνατή εμπειρία για τους θεατές και δυνητικούς καταναλωτές μας.

**Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσι» ο marketer του μέλλοντος είναι...** η προσαρμοστικότητα στις αλλαγές τεχνολογίας και κοινωνίας, η δυνατότητα προσέγγισης του καταναλωτή με ενσυναίσθηση και η αναλυτική σκέψη και κατανόηση αγοράς & τάσεων. Με άλλα λόγια, καινοτομία, ανθρωποκεντρικότητα και trends.

**Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά σήμερα τα media είναι...** ο εντοπισμός του σωστού media mix για την αποτελεσματική προσέγγιση του κοινού-στόχος και ο προσδιορισμός των στοιχείων που θα διαφοροποιήσουν το brand μέσα στο διαφημιστικό clutter. Ένα ακόμα μεγάλο στοίχημα είναι το cross media planning & measurement.

**Η δημιουργικότητα είναι...** η SUPERPOWER του marketing. Κάνει κάθε επικοινωνία επιδραστική, διαφοροποιεί τα brands, τραβά την προσοχή των καταναλωτών, εκπλήσσει, εμπνέει και χτίζει αυτό που κάθε brand χρειάζεται: μία πραγματική σχέση με το κοινό, που του γεννά πολλά και διαφορετικά συναισθήματα. #BrandLove

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

