

ADVERTISING

Στην Tempo OMD τα media της Κωτσόβολος

Νικήτρια του spec της Κωτσόβολος-Dixons South East Europe για την ανάθεση του media λογαριασμού της αναδείχθηκε η Tempo OMD. Το spec της εταιρείας ηλεκτρικών και ηλεκτρονικών ειδών «έτρεξε» κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού και ολοκληρώθηκε τον Αύγουστο με την επιλογή αναδόχου.

DIGITAL MARKETING

Νέες συνεργασίες για τη Minds

Η Minds προχώρησε σε συνεργασία με την εταιρεία Αμοιρίδης-Σαββίδης ΑΕ για την ενίσχυση της παρουσίας του brand Morris στο digital περιβάλλον. Στο πλαίσιο αυτό, η Minds αναλαμβάνει την digital στρατηγική, το concept και το creative content των καμπανιών, τη διαχείριση των social και digital καναλιών του brand, καθώς και όλες τις digital PR ενέργειες που πρόκειται να διενεργηθούν το επόμενο διάστημα. Επιπλέον, υπογράφοντας τον σχεδιασμό του νέου digital footprint του brand, η Minds δημιουργεί και θέτει σε εφαρμογή μια σειρά από καμπάνιες, ενώ, με επίκεντρο την αύξηση του brand awareness και του engagement, ανανεώνει την digital παρουσία του. Παράλληλα, σε συνεργασία με την πολωνική πολυεθνική εταιρεία ένδυσης LPP SA, για το brand Sinsay, μετά από σχετικό spec που πραγματοποιήθηκε τον Ιούλιο, προχώρησε η Minds με βασικό στόχο την ενίσχυση της παρουσίας του brand στο digital περιβάλλον. Στο πλαίσιο αυτό, η Minds αναλαμβάνει την digital στρατηγική, το content, καθώς και όλες τις digital PR ενέργειες που πρόκειται να διενεργηθούν το επόμενο διάστημα.

ADVERTISING

Νέοι πελάτες για τη Max Media Greece

Την περαιτέρω διεύρυνση του πελατολογίου της με τη προσθήκη τριών νέων εταιρειών ανακοίνωσε η Max Media Greece. Συγκεκριμένα, ύστερα από απευθείας ανάθεση, η εταιρεία ανέλαβε τα brands Mitsubishi Heavy και TCL της Αγήνωρ ΑΕ (μέλος του ομίλου Τουρνικιώτη), με τις παρεχόμενες υπηρεσίες να περιλαμβάνουν ολοκληρωμένη Στρατηγική media, media planning/buying με εργαλεία campaign performance όπως το TV Scanner, ενώ τα κύρια Μέσα που χρησιμοποιούνται είναι τηλεόραση, ραδιόφωνο και digital. Επίσης, η Max Media Greece ξεκίνησε συνεργασία, ύστερα από κλειστό spec, με το διεθνές brand χρωμάτων και βαφών Pittsburgh Paints παρέχοντας -σε μία καμπάνια που περιλαμβάνει τηλεόραση, digital και out of home- υπηρεσίες media planning/buying με χρήση εργαλείων campaign & brand performance. Τέλος, ύστερα από απευθείας ανάθεση, η εταιρεία ανέλαβε τη Modeco, retailer παιδικών και νεανικών επίπλων, παρέχοντας ολοκληρωμένη στρατηγική media, media planning/buying με εργαλεία campaign performance όπως το TV Scanner ενώ τα κύρια Μέσα που χρησιμοποιούνται είναι τηλεόραση, ραδιόφωνο και digital.

Marketing... Rules!

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

Γιώργος Γαργανουράκης,
Marketing Manager,
Optima AE



Brand-προτεραιότητα

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2023 είναι... να διατηρήσουν την προτεραιότητα του brand όχι μόνο στο μυαλό, αλλά και στην ιεραρχία των συνολικών αγοραστικών επιλογών του καταναλωτή, μέσα στη συγκεκριμένη οικονομική συγκυρία η οποία χαρακτηρίζεται από πληθωριστικές τάσεις και οδηγεί στον επαναπροσδιορισμό των αγοραστικών συνθηκών του.

Η δημιουργικότητα είναι η υπερδύναμη του marketing γιατί... είναι το πιο αποτελεσματικό εργαλείο που μπορεί να αξιοποιήσει ένα brand για να ξεχωρίσει και να εδραιώσει συναισθηματικούς δεσμούς με τον καταναλωτή.

Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά τα media είναι... η επίτευξη του Cross Media Measurement, η οποία θα επιφέρει οφέλη για τους shareholders. Για τους marketers & media planners, αποτελεσματικό budget allocation, διαμόρφωση στρατηγικής και ουσιαστική μέτρηση αποτελεσμάτων. Για τα media & τους publishers, fair pricing και επιτάχυνση εμπορικής ανάπτυξης. Για τους καταναλωτές, μηνύματα που τους αφορούν με λιγότερη ενόχληση.

Η τηλεόραση την επόμενη δεκαετία θα είναι... ως μέσο αρκετά διαφορετικό, ίσως ελάχιστα linear, αλλά πολύ πιθανόν το ίδιο σημαντικό με σήμερα. Οι τεχνολογικές εξελίξεις, συμπεριλαμβανομένων των εφαρμογών AI, θα επιφέρουν ριζικές αλλαγές στην κατανάλωση περιεχομένου, κυρίως όσον αφορά στις δυνατότητες για personalization και interactivity. Σαν διαφημιζόμενοι θα πρέπει να μπορέσουμε να αξιοποιήσουμε τις ίδιες αυτές τεχνολογίες και δυνατότητες για καλύτερη στόχευση (μέσω των διαθέσιμων data), έτσι ώστε η επικοινωνία του brand να εξελιχθεί αντίστοιχα, αυξάνοντας το relevance και την αποτελεσματικότητα.

Η ταύτιση επιχειρηματικότητας και αειφορίας θα επιτευχθεί όταν... η περιβαλλοντολογικά υπεύθυνη συμπεριφορά αποτελεί μέρος της εταιρικής κουλτούρας, διέποντας τον στρατηγικό σχεδιασμό και τις επιχειρηματικές λειτουργίες της επιχείρησης.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... τα ταλέντα που πρέπει να έχει και στο σήμερα. Να συνδυάζει τη δημιουργικότητα με την αποτελεσματικότητα και τη στρατηγική σκέψη. Να κατανοεί την καταναλωτική συμπεριφορά, να έχει επιχειρηματική αντίληψη, να προσαρμόζεται στις αλλαγές στο περιβάλλον που λειτουργεί και να εξελίξει συνεχώς τις δεξιότητές του.

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

