

MARKETING

Στη Mediacube ανέθεσε η L'Oréal Dermatological Beauty

Η Mediacube επιλέχθηκε από τη L'Oréal Dermatological Beauty, με σκοπό τη δημιουργία, την οργάνωση και την εκτέλεση της CRM στρατηγικής των brands Vichy, La Roche-Posay, CeraVe και Skinceuticals. Με τη νέα αυτή συνεργασία, η Mediacube αναλαμβάνει να υλοποιήσει ένα ολοκληρωμένο πλάνο στρατηγικής CRM, με σκοπό την ενίσχυση της βάσης συνδρομητών των επιμέρους brands και την αύξηση του engagement των χρηστών.

DIGITAL MARKETING

Νέα συνεργασία Humble και ομίλου Φουρλή

Η Humble και ο όμιλος Φουρλή προχώρησαν σε συνεργασία για τη διαχείριση της επικοινωνίας των brands Holland & Barrett και Dram στο κανάλι του TikTok. Η συνεργασία αφορά στη δημιουργία οργανικού, short form περιεχομένου για τα TikTok channels των δύο brands του ομίλου και περιλαμβάνει τον σχεδιασμό της στρατηγικής, το δημιουργικό και την εκτέλεση της παραγωγής, μέσω του TikTok Studio της Humble.

ADVERTISING

Η Εθνική Ασφαλιστική σε διπλό spec

Διπλό spec το οποίο αφορά τόσο στον creative όσο και στον media planning & buying λογαριασμό της διεξάγει η Εθνική Ασφαλιστική. Έχουν ήδη αποφασιστεί οι δύο εταιρείες ανάμεσα στις οποίες θα γίνει η τελική επιλογή, με τον ανάδοχο να αναλαμβάνει αμφοτέρους τους λογαριασμούς. Η τελική απόφαση της Εθνικής Ασφαλιστικής αναμένεται να ληφθεί έως το τέλος Σεπτεμβρίου.

MEDIA

More Media: Νέα εταιρεία για την Alter Ego Media

Η Alter Ego Media ίδρυσε τη νέα θυγατρική της, More Media, με στόχο τη δημιουργία και ανάπτυξη προϊόντων σε έντυπη και ψηφιακή μορφή καθώς και την παραγωγή branded περιεχομένου σε όλους τους τομείς της αγοράς. Στον πυρήνα της νέας εταιρείας θα βρίσκεται περιεχόμενο που καλύπτει όλους τους τομείς: γαστρονομία, ταξίδι, βιωσιμότητα, ομορφιά, ευεξία και υγεία, καθώς και θέματα που ενδιαφέρουν τον άνδρα και τη γυναίκα. Η ανάπτυξη της More Media γίνεται με 360° λογική και άξονα την omni-channel στρατηγική σε online/offline/TV/BTL επίπεδο. Η Δήμητρα Κρίθαρη αναλαμβάνει τη Γενική Διεύθυνση της More Media, σε άμεση συνεργασία και με τον Chief Product Officer της Alter Ego Media, Μάνο Μίχαλο. Τη συνολική ευθύνη για τη στρατηγική ανάπτυξη της More Media έχει ο Αντώνης Λυμπέρης.

Marketing... Rules!

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



Αλέξης Επιθυμιάδης,
Head of Media, L'Oréal Hellas

Τα agencies ως business partners

Αυτό που χρειάζονται οι διαφημιζόμενοι από τα agencies, είναι... έναν πραγματικό business partner που θα καταλαβαίνει τις ανάγκες τους. Για να το πετύχουμε αυτό, πρέπει να αλλάξει ο παραδοσιακός τρόπος που δουλεύουμε με τα agencies και να τα κάνουμε να αισθανθούν μέρος της ομάδας, με κοινούς στόχους και κανόνες. Να μοιραζόμαστε μαζί τους insights και business data που θα τους βοηθήσουν να καταλάβουν το business μας. Δεν αρκεί η γνώση τους, η δέσμευσή τους και τα εργαλεία. Πρέπει να υπάρχει διαφάνεια και εμπιστοσύνη.

Το μοντέλο συνεργασίας clients-agencies αλλάζει επειδή... αλλάζουν οι απαιτήσεις και το περιβάλλον πολύ γρήγορα. Οι αλλαγές στις καταναλωτικές συμπεριφορές, οι νέες πλατφόρμες που εμφανίζονται συνεχώς, οι αλλαγές στη νομοθεσία και στα προσωπικά δεδομένα επιβάλλουν να προσαρμόσουμε το μοντέλο συνεργασίας μας με τα agencies και να δουλεύουμε σαν μία ομάδα. Αυτή την κουλτούρα πρέπει να υιοθετήσουν και οι δύο πλευρές.

Η διαδικασία ενός spec είναι... πολύ σημαντική γιατί δεν αναζητούμε απλά ένα agency που θα καλύψει τις ανάγκες μας και θα απαντήσει άρτια σε όλα μας τα ερωτήματα. Αναζητούμε έναν business partner που θα συνεργαστούμε και θα αναπτυχθούμε μαζί.

Το marketing μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στο θέμα της βιωσιμότητας γιατί... επηρεάζει τη στάση των καταναλωτών, προωθώντας φιλικές προς το περιβάλλον συμπεριφορές, δημιουργεί ζήτηση για βιώσιμες εναλλακτικές λύσεις και ενθαρρύνει τις εταιρείες να υιοθετήσουν βιώσιμες πρακτικές. Εκπαιδεύει έτσι τους καταναλωτές να επιλέγουν συνειδητά και οδηγεί σε μια σημαντική στροφή προς τη βιωσιμότητα.

Η τηλεόραση την επόμενη δεκαετία θα είναι... ψηφιακή, μετρήσιμη, on demand και διαδραστική. Οι νέες τεχνολογίες φέρνουν ταχείες αλλαγές σε αυτό το παραδοσιακό μέσο και το οδηγούν σε μια πιο ελκυστική και εξατομικευμένη εμπειρία θέασης.

Εν' όψη της κατάργησης των 3rd party cookies οι marketers πρέπει... να στρέψουν την προσοχή τους στα πολύτιμα 1st party data και με κατάλληλες πρακτικές να εμπλουτίσουν τη βάση τους. Σημαντική είναι και η ασφαλής αποθήκευση και χρήση αυτών των δεδομένων.

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