

DIGITAL MARKETING

Στρατηγική συνεργασία Globe One Digital και 4Hats

H Globe One Digital προχωρά σε στρατηγική συνεργασία με την 4Hats Conceptual Communication Agency. Μέσα από αυτήν τη στρατηγική συνεργασία, η Globe One Digital αναβαθμίζει το εύρος των υπηρεσιών που προσφέρει, επεκτείνοντας την εξειδίκευσή της πέρα από τον κόσμο του ψηφιακού marketing στον χώρο του Branding και της Επικοινωνίας. Από την πλευρά της, η 4Hats είναι ένα boutique agency επικοινωνίας με μια ομάδα επαγγελματιών που συνδυάζουν την εμπειρία με το πνεύμα της καινοτομίας. Ο Δημήτρης Παπουτσής, Founder & CEO της Globe One Digital, δήλωσε: «Είμαστε εξαιρετικά χαρούμενοι για την συνεργασία με την 4Hats. Με αυτήν, ενισχύουμε την γκάμα των υπηρεσιών μας και ανταποκρινόμαστε ακόμη καλύτερα στις συνεχώς εξελισσόμενες ανάγκες των πελατών μας». Ο Παναγιώτης Παπαχατζής, Strategy & Business Development Director της 4Hats, πρόσθεσε: «Ξεκινάμε δυναμικά και με ενθουσιασμό τη συνεργασία μας με την Globe One Digital, από τις πιο σημαντικές εταιρείες στον χώρο. Στόχος μας είναι να παρέχουμε boutique υπηρεσίες που θα ανταποκρίνονται σε κάθε ανάγκη Επικοινωνίας με έμπνευση και επαγγελματισμό».

ADVERTISING

Spec δημοσιότητας για τις ανάγκες του Youth Pass

H Κοινωνία της Πληροφορίας ΜΑΕ (ΚτΠ ΜΑΕ) διενεργεί ηλεκτρονικό ανοικτό διαγωνισμό για την επιλογή αναδόχου για το έργο Δράσεις Δημοσιότητας για τις ανάγκες του Προγράμματος «Υποστηρικτικά μέτρα των νέων ηλικίας δεκαοκτώ (18) και δεκαεννέα (19) ετών (Youth Pass)». Η συνολική εκτιμώμενη αξία της σύμβασης ανέρχεται στο ποσό των 266.600 ευρώ, συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ. Η καταληκτική ημερομηνία παραλαβής των προσφορών είναι η 25/10/2023.

ADVERTISING

Η LamaDDB με νέο Head of Business Growth

Ο Ζόζεφ Μεζάν εντάσσεται στην ηγετική ομάδα της LamaDDB, προερχόμενος από τη Wunderman Thompson, αναλαμβάνοντας τον ρόλο του Head of Business Growth. Με μακρά επαγγελματική πορεία στο marketing και την επικοινωνία, ο Ζόζεφ Μεζάν ξεκίνησε την καριέρα του από τη Leo Burnett ως Director of BTL Business Unit, ενώ ακολούθησε η συνεργασία του με την Asset Sponsorship ως Event Marketing Director, τη Vodafone Greece ως Brand Communication Manager, τη Wind Hellas ως Marketing Communications Executive Director και το Antenna Group ως Marketing Director. Σημειώνεται ότι στη Wunderman Thompson διατελούσε Strategic Business Consultant, ενώ είχαν προηγηθεί οι συνεργασίες του με τις Qualco ως Strategic Marketing Director, Exus και Inaccess ως Marketing Consultant.

Marketing... Rules!

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

Φίλιππος Προύντζος,
Director, Retail & Digital Marketing,
Piraeus Bank Group



Προς την ειλικρίνεια και την αυθεντικότητα

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2023 είναι... να καταφέρουν να ακουστούν και να διεισδύσουν, παραμένοντας relevant. Οι μεταβαλλόμενες προσδοκίες των καταναλωτών, σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές εξελίξεις και τις ανταγωνιστικές πιέσεις, απαιτούν συνδυαστικές προσεγγίσεις με ευελιξία και προσανατολισμό στον καταναλωτή και την κοινωνία.

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... να προσανατολιστούμε, brands και διαφημιστικές, προς την ειλικρίνεια και την αυθεντικότητα. Briefs που εμπνέουν τη δημιουργία χρήσιμης, διασκεδαστικής, ενδιαφέρουσας επικοινωνίας, η οποία σέβεται τις αξίες και τα ενδιαφέροντα του κοινού. Χωρίς cheap tricks & forced views. Η απάντηση στο skip ad είναι η δημιουργία ποιοτικού περιεχομένου που δημιουργεί πηγαία συναισθήματα στο κοινό.

Better Marketing σημαίνει... να σχεδιάζεις προϊόντα, υπηρεσίες & επικοινωνία μέσα από το πρίσμα της κοινωνικής ευαισθησίας, στοχεύοντας στην κοινωνική ευημερία και σε ένα καλύτερο αύριο.

Τα talenta που πρέπει να «καλλιεργήσεις» ο marketer του μέλλοντος είναι... πολλά, όπως η ανάλυση δεδομένων, η δημιουργικότητα, η κατανόηση της καταναλωτικής ψυχολογίας, η στρατηγική σκέψη, οι δεξιότητες επικοινωνίας. Όλα αυτά αισιοδοξώ ότι θα του προσφέρουν προσαρμοστικότητα στις αλλαγές που επιφέρει η τεχνολογία και αντίληψη ώστε να κάνει τις σωστές ερωτήσεις.

H δημιουργικότητα είναι σε κρίση παγκοσμίως γιατί... υπάρχουν παράγοντες που μπορεί να καταστήσουν δυσκολότερη την έκφρασή της. Όπως η τεχνολογία, που από λύση έγινε αυτοσκοπός, αφήνοντας τη δημιουργικότητα σε δεύτερη μοίρα. Η τεχνολογία σταμάτησε να υπηρετεί τη δημιουργικότητα και έγινε το αντίθετο. Όμως, η δημιουργικότητα πάντα βρίσκει τον δρόμο της. Βλέπουμε και σήμερα ωραίες επικοινωνίες, νιώθω ότι ανακτά τη δύναμή της, η οποία εκφράζεται και με τους κλασικούς τρόπους, αλλά χρησιμοποιείται και για την επίλυση δομικών θεμάτων που απασχολούν κοινωνίες.

Το marketing μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στο θέμα της βιωσιμότητας γιατί... μπορεί να ευαισθητοποιήσει και να επηρεάσει σε έναν βαθμό την αντίληψη και τη συμπεριφορά των ανθρώπων, βοηθώντας στην επίτευξη πιο βιώσιμων και υπεύθυνων καταναλωτικών και επιχειρηματικών αποφάσεων.

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

