

## PUBLIC RELATIONS

### Στην Pitch αναθέτουν Google και Ferryscanner

**Από την 1η Απριλίου 2024**, η Pitch έχει αναλάβει την παροχή υπηρεσιών Στρατηγικής Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων για την Google στην Ελλάδα, στο πλαίσιο της πολιτικής της εταιρείας για επιλογή συνεργατών σε τακτικά χρονικά διαστήματα, μετά από διαγωνιστική διαδικασία. Η συνεργασία περιλαμβάνει και τη διαχείριση, από την Pitch του Γραφείου Τύπου της Google στη χώρα μας. Παράλληλα, την επικοινωνία της Ferryscanner στην Ελλάδα αναλαμβάνει η Pitch. Η συνεργασία των δύο εταιρειών περιλαμβάνει την επικοινωνιακή στρατηγική, υπηρεσίες γραφείου Τύπου και σχέσεων με τα MME καθώς και την υποστήριξη σε θέματα εταιρικής υπευθυνότητας. Η Ferryscanner βρίσκεται ανάμεσα στις κορυφαίες εταιρείες αγοράς ακτοπλοϊκών εισιτηρίων για όλους τους προορισμούς στην Ελλάδα και σε 24 ακόμα χώρες.

## DIGITAL MARKETING

### Νέος Head of Creative στη SCL Mellon

**Η SCL Mellon προχωρά** στην περαιτέρω ενίσχυση του δυναμικού της, καθώς ο Γιώργος Βασιλείου αναλαμβάνει τη θέση του Head of Creative της εταιρείας. Ο Γιώργος Βασιλείου έχει συνεργαστεί στο παρελθόν με digital-first διαφημιστικές εταιρείες της ελληνικής αγοράς, σχεδιάζοντας καμπάνιες για global brands. Η Managing Director της SCL Mellon, Κατερίνα Δημητρακοπούλου δήλωσε: «*Είναι πολύ σημαντικό για εμάς να εντάσσονται στην ομάδα μας στελέχη με αναγνωρισμένη πορεία, όπως ο Γιώργος Βασιλείου. Είμαι βέβαιη ότι η εικοσαετής εμπειρία του σε Ελλάδα και εξωτερικό, θα ενισχύσει ακόμη περισσότερο τη δυναμική ανάπτυξη της SCL Mellon.*»

## DIGITAL MARKETING

### Νέες συνεργασίες για τη DOPE

**Τα Simply Burgers** προχώρησαν σε συνεργασία με την DOPE, μετά από διαγωνισμό, με επίκεντρο τη διαχείριση του περιεχομένου της αλυσίδας burgers σε Instagram, Facebook και TikTok. Από την επικοινωνία των επιλογών του Simply Burgers, τα Limited Edition Burgers, τους ανθρώπους μέσα κι έξω από τις κουζίνες και τη σχέση με τους burgerόφιλους, DOPE & Simply Burgers ετοιμάζουν ένα revamp της social επικοινωνίας «*με σκοπό να αναδείξουν τις καλύτερές μας στιγμές: τα burger moments μας.*» Επιπλέον, η DOPE αποτελεί το νέο global creative hub των Paradox Museums, τα οποία έχουν σχεδιαστεί ώστε να προσφέρουν στο κοινό τους «*διασκεδαστικές, ανεπανάληπτες και σίγουρα ανατρεπτικές εμπειρίες με τα Instagrammable εκθέματά τους.*» Έτσι η DOPE, ως global creative hub, εμπνέεται από την παράδοση φύση τους και αναλαμβάνει να ενισχύσει τη digital παρουσία των Paradox Museums παγκοσμίως.

### Marketing... Rules!

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

Ηλίας Μαβίδης,  
Υποδιευθυντής Retail Marketing,  
Όμιλος ΟΤΕ



## Δεκτικότητα και κριτική σκέψη

**Οι βασικές προκλήσεις για τους brand owners το 2024 είναι...** να ενσωματώσουν τα οφέλη των νέων τεχνολογιών (AI, e-commerce & Social Media Platforms...) στη στρατηγική τους, για να προσφέρουν μοναδικές, προσωποποιημένες εμπειρίες στους καταναλωτές, δημιουργώντας ένα επιπλέον ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τα brands τους. Και, φυσικά, να προσαρμόσουν αντίστοιχα τις ομάδες τους και τη σχέση με τους εξωτερικούς τους συνεργάτες, ώστε να μπορούν να ανταπεξέλθουν αποτελεσματικά στις σύγχρονες απαιτήσεις του marketing.

**Αυτό που χρειάζονται οι διαφημιζόμενοι από τα agencies είναι...** αυτό που χρειάζονταν πάντα: να έχουν δίπλα τους έναν σύμβουλο επικοινωνίας και όχι απλά μία διαφημιστική. Η ανάγκη σήμερα έχει μεγαλώσει, καθώς αυξάνεται συνεχώς το complexity του marketing και δημιουργούνται νέοι εξειδικευμένοι ρόλοι. Το πόσο μπορεί μία διαφημιστική σήμερα να ανταπεξέλθει στις απαιτήσεις μιας marketing ομάδας, καθορίζει και τον βαθμό συνεργασίας τους.

**Καλό brief σημαίνει...** να έχει σημαντικό λόγο ύπαρξης. Να απαντά σε ένα πρόβλημα ή μία ευκαιρία του brand σε σχέση με την αγορά. Να κρατά την ένταση (με την καλή έννοια!) της διαφημιστικής σε υψηλά επίπεδα κατά το briefing και να δημιουργεί στην ομάδα την αίσθηση του «*εδώ υπάρχει έδαφος για ωραία δουλειά.*»

**Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι...**

**α.** Προσαρμοστικότητα. Στις νέες δυνατότητες που δίνει η τεχνολογία, στις αλλαγές που μπορεί να επηρεάσουν την εμπειρία του πελάτη, μέχρι και στην ίδια την οργάνωση της ομάδας του.

**β.** Δεκτικότητα. Να ξέρει να ακούει τον πελάτη του, την εταιρεία, την ομάδα του, τον ανταγωνισμό, τους συνεργάτες του, αλλά και τη διαίσθησή του πριν πάρει τις σωστές αποφάσεις.

**γ.** Σύνθετη Κριτική Σκέψη. Απαραίτητο συστατικό για να βάλει τις σωστές στρατηγικές προτεραιότητες.

**Βλέπω το AI ως...** μία τεχνολογία που ήρθε για να μείνει και που μπορεί να βοηθήσει τις marketing ομάδες να επιτύχουν τους marketing στόχους, τόσο σε εμπορικό όσο και σε επίπεδο εικόνας. Το σίγουρο είναι ότι και ο ανθρώπινος παράγοντας θα είναι καταλυτικός σε αυτήν την προσπάθεια.

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

