

PUBLIC RELATIONS

Στην Concept Communication Strategies τα Amaretti

Στην **Concept Communication Strategies** ανέθεσε το brand Amaretti τη στρατηγική του επικοινωνίας και συγκεκριμένα τη διαχείριση των social media, influencer marketing, media relations και events. Η νέα συνεργασία εγκαινιάζεται με την καμπάνια των Amaretti, «Θες να μοιραστούμε τα Amaretti μου;», η οποία σηματοδοτεί τον σταθμό των 45 ετών του brand αλλά κυρίως συμπυκνώνει το DNA του, το «να μοιράζεσαι, να νοιάζεσαι, να αγαπάς». Η καμπάνια συνδυάζεται με την έναρξη της παρουσίας του brand στην πλατφόρμα του Instagram και την ταυτόχρονη δημιουργία του TikTok λογαριασμού του.

MARKETING

Νέα Corporate Communications Manager, South East Europe στην Unilever

Καθίσκοντα Corporate Communications Manager, South East Europe στην Unilever ανέλαβε η Αλεξάνδρα Κατσινέλη από την 1η Απριλίου, με στόχο να συμβάλει στην περαιτέρω ενίσχυση της εταιρικής εικόνας και φήμης της εταιρείας. Μέσα από τον νέο της ρόλο, θα ηγηθεί του σχεδιασμού και της υλοποίησης της επικοινωνιακής στρατηγικής για το cluster της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Η ίδια διαθέτει σημαντική προϋπηρεσία σε πολυεθνικά περιβάλλοντα στον κλάδο της Επικοινωνίας και του Στρατηγικού Σχεδιασμού. Στο παρελθόν κατείχε διαφορετικούς global ρόλους-κλειδιά στην Coca-Cola HBC, μεταξύ των οποίων Group Corporate Communications Manager, Group Digital & Social Media Manager και Group Communication Specialist στο τμήμα Corporate Affairs & Sustainability.

PUBLIC RELATIONS

New business της V+O η Korinthian Foods

Σε μια νέα συνεργασία προχώρησε η **V+O**, η οποία ανέλαβε την εταιρική επικοινωνία και τα PR της Korinthian Foods. Η Korinthian Foods ιδρύθηκε το 2004 στον Σολομό Κορινθίας και αποτελεί περιφερειακή ελληνική εταιρεία βιομηχανικής εστίασης. Προσφέρει, εδώ και δύο δεκαετίες, ολοκληρωμένες υπηρεσίες σίτισης και τροφοδοσίας σε μεγάλη κλίμακα. Η Korinthian Foods διαθέτει μία κεντρική μονάδα παραγωγής 900 τμ, εκ των οποίων τα 400 αποτελούν χώρους αποθήκευσης των πρώτων υλών, και έχει δυνατότητα καθημερινής παραγωγής 15.000 έτοιμων γευμάτων. Πολύ πρόσφατα, ανακοίνωσε την επένδυση 7 επτά εκατ. ευρώ για την κατασκευή νέας μονάδας παραγωγής γευμάτων, στον Σολομό Κορινθίας. Η συγκεκριμένη μονάδα θα αυξήσει κατά έξι φορές την ημερήσια παραγωγική ικανότητα της εταιρείας, στα 90.000 τεμάχια έτοιμων γευμάτων, όπως χαρακτηριστικά επισημάνει η εταιρεία.

Marketing... Rules!

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

Ευτυχία Δανάκου,
Communication @ Customer Experience
Marketing Manager, Γρηγόρης



Ενσυναίσθηση & common sense

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... να απαντά στις ανάγκες και τα ενδιαφέροντά τους. Να είναι ανατρεπτική, χιουμοριστική και να επικοινωνεί με ειλικρίνεια το προϊόν ή την υπηρεσία.

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies είναι... δημιουργικότητα, εξειδίκευση, εμπειρία και καλά αντανakλαστικά. Αναζητούν επίσης δημιουργικές προτάσεις που θα τους βοηθήσουν να ξεχωρίσουν στο clutter και proactiveness στην επίλυση προβλημάτων. Τέλος, αναζητούν συνεργάτες με πολύ καλή γνώση σε διάφορες πτυχές και εργαλεία του marketing, όπως στρατηγική, branding, digital marketing, AI κ.λπ., που θα τους βοηθήσουν να «χτίσουν» τα brands τους σε ένα απαιτητικό περιβάλλον.

Καλό brief σημαίνει... απλό & περιεκτικό brief. Σε ένα τέτοιο brief επικοινωνούνται ξεκάθαρα το πλαίσιο, η ανάγκη, οι στόχοι, το budget, τα KPI's για τη μέτρηση του αποτελέσματος και φυσικά το χρονοδιάγραμμα. Ταυτόχρονα ένα καλό brief θα πρέπει να ενθαρρύνει το agency να εκφράσει τη δημιουργικότητά του.

Τα ταλέντα που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... ενσυναίσθηση & common sense, για να αντιλαμβάνεται τις εκάστοτε αλλαγές και τις ανάγκες του πελάτη. Προσαρμοστικότητα, για να ενεργεί, να σκέφτεται και να φέρεται ευέλικτα. Δυνατότητα λήψης γρήγορων αποφάσεων, γιατί το περιβάλλον & τα δεδομένα αλλάζουν συνεχώς. Out of the box thinking, για να μπορεί να κάνει τη διαφορά και να αντιμετωπίζει προκλήσεις.

Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά σήμερα τα media είναι... να μεταδώσουμε αποτελεσματικά το μήνυμα στον σύγχρονο καταναλωτή, ο οποίος κυριολεκτικά βομβαρδίζεται από μεγάλο όγκο πληροφοριών, από μία πληθώρα μέσων. Ο συνδυασμός της διαφημιστικής αγοράς που είναι κατακεραματισμένη, του καταναλωτικού κοινού που είναι διασπασμένο, των social media που βρίσκονται στην καθημερινότητα σχεδόν όλων των καταναλωτών και των νέων εργαλείων τεχνητής νοημοσύνης, αποτελεί μία μεγάλη πρόκληση τόσο για τα παραδοσιακά όσο και για τα digital μέσα.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... του Steve Jobs «The only way to do great work is to love what you do».

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

