

MarketingWeek

News & Views



Marketing... Rules!

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

Νατάσα Χατζηπρίμου,
External Engagement Lead @ TA/Product
Brand Comms Lead, Novartis Hellas

«Μη σταματάς ποτέ να μαθαίνεις»

Αυτό που άλλαξε τον τρόπο δουλειάς μου τα τελευταία χρόνια είναι... η συνειδητοποίηση πως μέσα από συλλογική προσπάθεια μπορούμε να ξεπεράσουμε τις προκλήσεις, να ανταποκριθούμε στις ανάγκες των ανθρώπων και να δημιουργούμε προστιθέμενη αξία στην κοινωνία.

Ισχυρισμοί βιωσιμότητας χωρίς αποδείξεις είναι... σαν σπόροι απλά σκορπισμένοι, χωρίς χώμα. Μόνο με στοιχεία ριζώνουν και ανθίζουν, τροφοδοτώντας ένα πιο πράσινο, φωτεινότερο μέλλον για όλους. Οι επιχειρήσεις είναι απαραίτητο να ενσωματώσουν στη στρατηγική τους δείκτες βιωσιμότητας και να παρέχουν με συνέπεια αποδείξεις και μετρήσιμα αποτελέσματα, με στόχο να εξασφαλίσουμε ένα βιωσιμότερο μέλλον για τις επόμενες γενιές.

Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping εάν... επιλέγουμε να ενισχύουμε διαφορετικές φωνές, να προωθούμε τον διάλογο χωρίς αποκλεισμούς και να αναδεικνύουμε τις απεριόριστες δυνατότητες κάθε ατόμου, ανεξαρτήτως φύλου, φυλής, ηλικίας κ.λπ. Αγκαλιάζοντας τη διαφορετικότητα, ενισχύουμε την αποτελεσματικότητα της επικοινωνιακής μας στρατηγικής και συμβάλλουμε σε μια πιο δίκαιη και ισότιμη κοινωνία.

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies είναι... η καθοδήγηση, η δημιουργική προσέγγιση, η βαθιά κατανόηση της ανθρώπινης σύνδεσης, ο στρατηγικός προσανατολισμός σε ένα περιβάλλον που εξελίσσεται ραγδαία τεχνολογικά και ένα κοινό πάθος για τη δημιουργία αφηγήσεων που όχι μόνο σαγννεύουν αλλά και εμπνέουν δράση και θετικές αλλαγές.

Οι βασικοί πυλώνες μιας επιτυχημένης PR καμπάνιας είναι... μια ολοκληρωμένη προσέγγιση που να περιλαμβάνει στρατηγικό σχεδιασμό, συναρπαστική αφήγηση, σχολαστική εκτέλεση και μετρήσιμα αποτελέσματα, τα οποία χρησιμεύουν ως ο ακρογωνιαίος λίθος για την οικοδόμηση και τη διαφύλαξη της εταιρικής φήμης στο συνεχώς εξελισσόμενο τοπίο της δημόσιας αντίληψης.

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία βασίζεται στη φράση... μη σταματάς ποτέ να μαθαίνεις, να ακούς, να ρωτάς, να παρατηρείς, να συζητάς και να εκμεταλλεύεσαι όλα όσα σου προσφέρει ο κόσμος στον οποίο ζεις. Εξελισσόμαστε μόνο όταν είμαστε ανήσυχτοι, εξωστρεφείς και ανοικτοί σε προκλήσεις.

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



DIGITAL MARKETING

Στη Slead η digital επικοινωνία όλων των brands της Colgate-Palmolive

Την digital επικοινωνία όλων των brands της Colgate-Palmolive αναλαμβάνει η δημιουργική ομάδα της Slead, ύστερα από ad hoc συνεργασίες. Η συνεργασία των δύο εταιρειών ξεκίνησε το 2023, με το localization της global καμπάνιας του Soupline για την ελληνική αγορά. Η εκατέρωθεν εμπιστοσύνη που αναπτύχθηκε, οδήγησε σε σειρά επόμενων αναθέσεων - Ajax, Colgate Max White Ultra, Colgate Total, Palmolive. Οι καμπάνιες έτρεξαν σε πολλά επίπεδα, ενεργοποιώντας κανάλια στα social media και επιστρατεύοντας influencers, ενώ παράλληλα αξιοποιήθηκε η Out Of Home διαφήμιση με δυναμική παρουσία. Σε όλες τις καμπάνιες εφαρμόστηκε στοχευμένη στρατηγική με συνεχή παραγωγή περιεχομένου, τα αποτελέσματα ξεπέρασαν τους στόχους και πλέον, οι 2 εταιρείες θέτουν τα θεμέλια μιας σταθερής συνεργασίας. Ο Γιάννης Παρασκάκης, Creative Business Unit Director της Slead, δήλωσε σχετικά: «Είμαστε πολύ χαρούμενοι που η Colgate-Palmolive και η 360 creative ομάδα της Slead προχωρούν μαζί, με όλα πλέον τα brands της εταιρείας, κοιτώντας ευθέως τις προκλήσεις που φέρνει στην αγορά το 2024».

ADVERTISING

Στη McCann Athens τα Γεμιστά Παπαδοπούλου

Τον λογαριασμό του brand Γεμιστά Παπαδοπούλου ανέλαβε η McCann Athens, με την πρώτη τηλεοπτική καμπάνια της νέας συνεργασίας να βρίσκεται ήδη στον «αέρα». Η ιδέα πίσω από την καμπάνια είναι το πόσο ευρηματικός μπορεί να γίνει κανείς προκειμένου να απολαύσει ένα μπισκότο Γεμιστά Παπαδοπούλου. Δεδομένου ότι αυτά τα μπισκότα αρέσουν πολύ, οι κάποιοι ζορίζονται να τα μοιραστούν. Οπότε οι πρωταγωνιστές της καμπάνιας πρέπει να βάλουν το μυαλό τους να δουλέψει, να σκαρφιστούν κάτι για να τα κάνουν δικά τους, σε περίπτωση που τους τα αρνηθούν. Οι ήρωες είναι ένας κλόουν, ένας μηχανικός και ένας ευφάνταστος κύριος, που μετατρέπονται σε επίδοξους go-getters με παιδικό πείσμα, για ένα ή περισσότερα Γεμιστά Παπαδοπούλου. Την παραγωγή ανέλαβε η Parasol και τη σκηνοθεσία οι Lobster.

EVENTS

Στη Phocus ανέθεσε η Nestlé

Τη Phocus επέλεξε η Nestlé Ελλάς για τη διοργάνωση ενημερωτικής εκδήλωσης με αφορμή το λανσάρισμα του νέου βρεφικού γάλακτος Nan Supremepro με Sinergity και την παρουσίαση της αναβαθμισμένης σύνθεσης του βρεφικού γάλακτος Nan Optipro με 5-HMO Complex. Η εκδήλωση με τίτλο «Κράτησε στα χέρια σου σήμερα την επιστήμη για ένα καλύτερο μέλλον», πραγματοποιήθηκε στο Ωδείο Αθηνών με τη συμμετοχή 200 επαγγελματιών υγείας. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Phocus ανέλαβε τη δημιουργία concept, τον δημιουργικό σχεδιασμό και την παραγωγή των υλικών, καθώς και τη συνολική διαχείριση του event.