



Marketing... Rules!

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

Αθηνά Ποπώφ, Coffee,
Premium Spirits @ Three Cents Director,
Coca-Cola HBC

SMART Brief

Οι βασικές προκλήσεις για τα brands και τους brand owners το 2024 είναι... πολλές και διαφορετικές! Οικονομική αστάθεια, πληθωρισμός, digital transformation, πιστότητα καταναλωτών, συνεχής ενθέρωση μέσα από τα SoMe, κατακερματισμός της αγοράς, αυξημένος ανταγωνισμός... Σε ένα τόσο δυναμικό περιβάλλον τα agility & flexibility γίνονται ακόμα πιο επιτακτικά.

Better Marketing σημαίνει... one-does-not fit all! Χρειάζομαστε ακόμα περισσότερο Customer-Centric approach και personalization, συνέπεια στο Brand Story & consumer engagement μέσα από ένα σχετικό με το κοινό περιεχόμενο που δίνει προστιθέμενη αξία, innovative campaigns, immersive experiences καθώς και χρήση τεχνολογίας.

Καλό brief σημαίνει... ένα SMART Brief! Specific, Measurable, Achievable, Relevant & Timely! Πρέπει να περιλαμβάνει όλες εκείνες τις πληροφορίες που θα ήθελε να έχει μία διαφημιστική εταιρεία προκειμένου να προχωρήσει σε μία νέα δημιουργική ιδέα. Να μην αφήνει καμία απορία και κανένα αναπάντητο σημείο! Πάνω απ' όλα όμως θα πρέπει να κάνει inspire όλους τους συμμετέχοντες & να καταφέρει να ανεβάσει τον πήχη της δημιουργικότητας!

Βλέπω το AI ως... ένα πολύ σημαντικό tool στα χέρια των Marketers. Το personalization, το response μας στον καταναλωτή και πελάτη που μπορεί να γίνει ακόμα πιο γρήγορο και αποτελεσματικό, η δημιουργία optimal campaigns μέσα από real time marketing, είναι μερικές από τις ευκαιρίες!

Η «συνταγή» για επιτυχημένο Influencer Marketing είναι... ομολογώ ότι όταν ξεκίνησε η νέα τάση των influencers, ήμουν αρκετά σκεπτική. Σήμερα βλέπω τους influencers σαν ένα μέσο fully integrated σε μία ευρύτερη και συνολικότερη καμπάνια. Η επιλογή τους είναι πολύ σημαντική: πρέπει να αναζητάμε το πρόσωπο που ταιριάζει στη μάρκα μας, στις αξίες μας, στο brand DNA και όχι απαραίτητα που είναι «της μόδας».

Η επαγγελματική μου φιλοσοφία συνοψίζεται στη φράση... θα ήθελα πραγματικά να επιλέξω δύο: «Do it with passion», γιατί μόνο όταν κάνουμε κάτι με πάθος μπορούμε να πετύχουμε. Και «Sky is the limit», όχι σαν φράση κλισέ, αλλά περισσότερο σαν mentality, ώστε ποτέ να μην σταματάμε για κάτι ακόμα καλύτερο, μεγαλύτερο, σπουδαιότερο!

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



ADVERTISING

Την Ατπ επέλεξε η Alpiland

Την Ατπ επέλεξε η Alpiland για την επικοινωνία των τυριών της, μετά από spec. Σύντομα θα βρει στον «αέρα» η πρώτη καμπάνια, στο πλαίσιο της νέας τους συνεργασίας. Σημειώνεται πως όλα τα προϊόντα της Alpiland παράγονται στην Αυστρία, στις παραδοσιακές φάρμες και στα 13 εργοστάσια της Berglandmilch, του μεγαλύτερου παραγωγού και διανομέα γαλακτοκομικών στην Αυστρία, ο οποίος σέβεται τις αρχές της σύγχρονης κτηνοτροφίας και της αιχμής ανάπτυξης.

MARKETING

Νέα Marketing Manager στη Μουστάκας

Τη θέση της Marketing Manager στην εταιρεία Παιχνίδια Μουστάκας ανέλαβε η Βενετία Μιτκάνη. Η Μιτκάνη προέρχεται από τη Mattel, στην οποία εργάστηκε για περισσότερα από 13 χρόνια, με τελευταία θέση αυτή της Senior Consumer Products Associate, Greece & Balkans.

ADVERTISING

Χάλκινο Λιοντάρι για το «Stop Bullying» στις Κάννες

Με Bronze Lion βραβεύτηκε στο Διεθνές Φεστιβάλ Δημιουργικότητας των Καννών, η μικρού μήκους ταινία «Stop Bullying» που δημιούργησε η Ogilvy Greece με την υποστήριξη του Ιδρύματος Ωνάση, για λογαριασμό του Υπουργείου Παιδείας, Θρησκευμάτων και Αθλητισμού, στο πλαίσιο της εκστρατείας για την καταπολέμηση του σχολικού εκφοβισμού. Η ταινία βραβεύτηκε στην ενότητα Health & Wellness Lions και συγκεκριμένα, στην κατηγορία Health Awareness & Advocacy για εκστρατείες που αποσκοπούν στην ενημέρωση του κοινωνικού συνόλου πάνω σε θέματα Υγείας και Ευεξίας. Η ταινία «Stop Bullying» έγινε πρώτο θέμα σε όλα τα δελτία ειδήσεων, συζητήθηκε για μέρες στον Τύπο, ενώ στα Social Media έγινε από την πρώτη στιγμή viral, συγκεντρώνοντας πάνω από 5 εκατ. οργανικά views στο Instagram, στις δύο πρώτες μέρες προβολής της. Ακόμα πιο σημαντικό, μέσα στις πρώτες δύο εβδομάδες, συγκεντρώθηκαν πάνω από 140 καταγγελίες στο site stop-bullying.gov.gr. Ο Πάνος Σαμπράκος, Chief Creative Officer στην Ogilvy Greece, δήλωσε: «Είμαστε υπερήφανοι που μια δουλειά που κάναμε με αγάπη, για τα δικά μας παιδιά, κατάφερε, πέραν από το ελληνικό κοινό, να συγκινήσει και τη διεθνή επιτροπή του Φεστιβάλ και να μας χαρίσει ακόμα ένα Λιοντάρι, το 9° στην ιστορία μας. Συγχαρητήρια στην ομάδα μας, στους συνεργάτες μας, στην Foss Productions, στον σκηνοθέτη μας Αργύρη Παπαδημητρόπουλο και σε όλους τους συντελεστές, και ένα μεγάλο ευχαριστώ στο Ίδρυμα Ωνάση για την υποστήριξή του, και φυσικά στον Υπουργό Παιδείας κ. Κυριάκο Πιερρακκάκη, τον Υπουργό Επικρατείας κ. Άκη Σκέρτσο, την Υπουργό Κοινωνικής Συνοχής και Οικογένειας κα. Σοφία Ζαχαράκη και όλα τα στελέχη της κυβέρνησης, για τη συνεργασία που έφερε τέτοια αποτελέσματα».