ADVERTISING

Ο Κώστας Ταμπουράκης Διευθύνων Σύμβουλος στη Soho Square Athens

Ο Κώστας Ταμπουράκης, από τα πλέον έμπειρα στελέχη της αγοράς marketing και επικοινωνίας, έχοντας υπάρξει στο παρελθόν συνιδρυτής επιτυχημένων διαφημιστικών εταιρειών, όπως η Cream και η Tribe/Grey, αναλαμβάνει την ευθύνη της Soho Square Athens, μετά την αποχώρηση του Γιώργου Διαμαντόπουλου. Ο ίδιος δήλωσε σχετικά: *«Είναι μεγάλη μου χαρά και τιμή το να ανήκω πλέον στην οικογένεια της Soho Square. Για μένα η Soho Square είναι μία εταιρεία που έχει δημιουργήσει μερικές από τις πιο επιδραστικές καμπάνιες των τελευταίων χρόνων, καμπάνιες που έχουν συζητηθεί και έχουν γίνει ευρύτερα σημεία αναφοράς. Μία εταιρεία με ισχυρό αποτύπωμα βασισμένο στην ποιότητα των ανθρώπων της και στην ιδιαίτερη ικανότητα που έχει να υποστηρίζει μεγάλες μάρκες με αποτελεσματικό και σύγχρονο τρόπο. Σε μία χρονική στιγμή που όλα αλλάζουν στην επικοινωνία, η ευκαιρία για την Soho Square είναι μεγάλη στο να ενσωματώσει την καινοτομία, τις νέες τεχνολογίες και πρακτικές στο στρατηγικό και δημιουργικό προϊόν της και να παίξει πρωταγωνιστικό ρόλο στην διαμόρφωση ενός νέου τοπίου για την Ελληνική Διαφήμιση».*

ADVERTISING

Τη Minds επέλεξε η Αθηναϊκή Ζαχαροποιία

Στο πλαίσιο της ανάπτυξης της Αθηναϊκής Ζαχαροποιίας, η Minds αναλαμβάνει τη στρατηγική χάραξη, τον ολιστικό σχεδιασμό και την προβολή της επικοινωνίας του brand σε επίπεδο 360º, με επίκεντρο τη δημιουργία περιεχομένου που αποτυπώνει «τη γλυκιά πλευρά της ζωής», όπως αναφέρεται σε σχετικό LinkedIn post. Η νέα συνεργασία προέκυψε έπειτα από spec.

DIGITAL MARKETING

Νέα συνεργασία Mediacube και Εκδόσεις Ψυχογιός

Η Mediacube επιλέχθηκε από τις Εκδόσεις Ψυχογιός με σκοπό την ανάπτυξη online στρατηγικής, εστιασμένη στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας και των πωλήσεων των τίτλων, καθώς και του e-shop psichogios.gr, στην ελληνική αγορά. Με εμπειρία 20 ετών σε πολυβραβευμένες στρατηγικές και projects, η Mediacube κλήθηκε να υλοποιήσει ένα στοχευμένο πλάνο online προώθησης εστιάζοντας σε ενέργειες Performance και Awareness μέσω Google ads, καθώς και καμπανιών σε Facebook, Instagram και TikTok, οι οποίες πλαισιώνονται και με τη δημιουργία κατάλληλων εικαστικών. Επιπλέον, η online προώθηση του εκδοτικού οίκου ενισχύεται με μια ακόμα πιο ευρεία και αποτελεσματική προβολή, στοχεύοντας πιο άμεσα τα κατάλληλα κοινά μέσω Programmatic Advertising, ακολουθώντας έτσι μια 360ο marketing & growth στρατηγική για την επίτευξη βέλτιστων αποτελεσμάτων.

Marketing... Rules!

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

Μαρία Φήττα, Media Operations Senior Manager, Greece & Cyprus, Coca-Cola Hellas

Διαφήμιση που μιλά στο συναίσθημα

Οι προκλήσεις για brands και brand owners το 2024 είναι... η αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς, η οποία προκύπτει από τις πληθωριστικές πιέσεις που μειώνουν την καταναλωτική δύναμη και ωθούν σε αγορές με βασικό κριτήριο την τιμή. Μία ακόμα πρόκληση είναι οι τεχνολογικές εξελίξεις, όπως το AI που, για να ενταχθεί στη στρατηγική διαδικασία ικανοποίησης των αναγκών του καταναλωτή, αλλά και στην επικοινωνία και τη δημιουργία εμπειριών και διάδρασης, θα πρέπει οι marketers να εξελίξουν τον ρόλο και τις γνώσεις τους.

Για να ξαναγαπήσουν οι καταναλωτές τη διαφήμιση πρέπει... να τους αφορά και να μιλά στο συναίσθημά τους! Κάθε καταναλωτής σήμερα αναζητά εμπειρίες, μηνύματα και στιγμές για να αγαπήσει μια διαφήμιση ή ένα προϊόν. Η υπερπληθώρα διαφημίσεων κάνει τη δημιουργικότητα τόσο σημαντική όσο ποτέ άλλοτε.

Το marketing μπορεί να παίξει καθοριστικό ρόλο στο θέμα της βιωσιμότητας γιατί... οι καταναλωτές εμπιστεύονται προϊόντα που καλύπτουν τις ανάγκες τους αλλά και τις προσδοκίες τους για βιώσιμες προτάσεις. Το marketing επαναπροσδιορίζει τη στρατηγική στην ανάπτυξη προϊόντων αλλά και της επικοινωνίας που θα προβάλει το προϊόν και θα εκπαιδεύσει τον καταναλωτή.

Τα social media σήμερα είναι... ένα εργαλείο με πολλές δυνατότητες που εξελίσσεται διαρκώς και διευκολύνει την επικοινωνία. Τα brands τα αξιοποιούν για σκοπούς προβολής και διάδρασης με τους καταναλωτές, που έχουν πια τη δύναμη να επηρεάζουν ακόμα και τη φήμη μιας εταιρείας. Χρειάζεται λοιπόν, κριτική σκέψη, υπεύθυνη χρήση και γνώση των προκλήσεων, ώστε να αξιοποιούνται με τον καλύτερο και ασφαλέστερο τρόπο.

Η «συνταγή» για επιτυχημένο Influencer Marketing είναι... η αυθεντικότητα. Πρέπει τα brand values να ταιριάζουν με τις αξίες του influencer. Η συν-δημιουργία περιεχομένου φέρνει εξαιρετικά αποτελέσματα, ενώ έτοιμα κείμενα και αυστηρές οδηγίες μόνο αρνητικά μπορεί να επηρεάσουν τη δημιουργικότητα του influencer. Φαίνεται, επίσης, πως το ευχάριστο και διασκεδαστικό περιεχόμενο έχει ιδιαίτερη απήχηση. Τέλος, ο Οδηγός Καλής Πρακτικής για το Influencer Marketing των ΣΔΕ & ΕΔΕΕ, είναι πολύ χρήσιμος για τη διασφάλιση της διαφάνειας των συνεργασιών.

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

Σύνδεσμος Διαφημιζομένων Ελλάδος
Hellenic Advertisers Association