

Advertising

Στην BBDO ο creative λογαριασμός των Public

Με νικήτρια την BBDO ολοκληρώθηκε ο κλειστός διαγωνισμός των Public, με αντικείμενο τη διαχείριση του δημιουργικού διαφημιστικού τους λογαριασμού, τον οποίο ανέλαβε από την 1^η Απριλίου. Τα Public εξέφρασαν τις θερμές ευχαριστίες τους προς όλες τις ομάδες των 5 εταιρειών -Valuecom, Slead, Admine, 4 Wise Monkeys και BBDO- που συμμετείχαν στο κάλεσμά τους για τη διεκδίκηση του λογαριασμού. Όπως επισημαίνεται, οι προσπάθειές τους συνέβαλαν στη δημιουργία ενός κλίματος υψηλού επιπέδου ανταγωνισμού, αναδεικνύοντας την ποιότητα και τη δημιουργικότητα του κλάδου. Ιδιαίτερες ευχαριστίες απευθύνθηκαν στην ομάδα της 4 Wise Monkeys για «την εξαιρετική 4ετή συνεργασία, η οποία αποτέλεσε θεμέλιο για την επιτυχημένη πορεία των Public». Τέλος, τα Public ευχήθηκαν καλή επιτυχία στην ομάδα της BBDO, για τη νέα δημιουργική εποχή που ξεκινά.

Marketing

Η Μ. Panajia, Γεν. Διευθύντρια για το Cluster WE South της Henkel Consumer Brands

Από την 1^η Απριλίου, η Mara Panajia ανέλαβε Γενική Διευθύντρια του νέου Cluster WE South της Henkel Consumer Brands. Η σημερινή Γενική Διευθύντρια της HCB και Πρόεδρος της Henkel Ιταλίας θα ηγηθεί του νεοσύστατου Cluster με στόχο τη βελτίωση της αποδοτικότητας σε όλες τις δραστηριότητες της Henkel. Υπό την εποπτεία της, στο νέο Cluster WE South, η Henkel Consumer Brands θα πλαισιώνεται από μια έμπειρη ομάδα. Επικεφαλής θα είναι η Francesca D'Angelo-Valente στο Marketing & Media WE South, ο Gabriele Manzin στο Sales Italy, ο Βασίλης Αναστασίου στο Sales Greece & Cyprus, ο Tommaso Fumagalli στο Commercial Excellence WE South και ο Raffaele Di Milia στο Sales Controlling WE South. Επιπλέον, η διοικητική ομάδα της HCB WE South θα συμπληρωθεί από τη Laura Romano, η οποία θα ηγηθεί του R&D WE South και τον Claudio Mancosu, ο οποίος θα ηγηθεί των Market Operations WE South. Η Karolina Markiewicz-Kuskowska δε, αναλαμβάνει νέο ρόλο ως Γεν. Διευθύντρια της Benelux.

Marketing

Η MDesigners εξελίσσεται σε Duran

Μετά από 15 χρόνια δημιουργίας, η MDesigners εξελίσσεται σε Duran. Μια νέα ονομασία που σηματοδοτεί ένα νέο κεφάλαιο στη διαδρομή των Cecil Lacenere και Δημήτρη Κοκολάκη, οι οποίοι, με τη συμμετοχή του Γιώργου Ζαρόγιαννη «επαναπροσδιορίζουν το μέλλον τους στο design και το strategy consulting», όπως επισημαίνεται. Τη δημιουργική στρατηγική και καμπάνια rebranding επιμελήθηκε η Ελένη Ζησιμοπούλου. Στόχος της ομάδας της Duran είναι να χτίζει ισχυρές εταιρικές ταυτότητες, να δημιουργεί ουσιαστικές στρατηγικές επικοινωνίας και να προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις για B2B επιχειρήσεις.

Marketing... Rules!

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

Του Στέφανου Φαλκονάκη,
Group Marketing Leader, Interamerican



Η ικανότητα του customer centricity

Τα таланτά που πρέπει να «καλλιεργήσει» ο marketer του μέλλοντος είναι... καταρχάς η σωστή αξιοποίηση της τεχνητής νοημοσύνης για την αύξηση της παραγωγικότητάς του, αυτοματοποιώντας από νωρίς δραστηριότητες που στο μέλλον θα εκτελούνται αποκλειστικά μέσω ΑΙ. Επίσης, είναι κρίσιμο να αναπτύξει την ικανότητα του customer centricity, καθώς ο μέσος άνθρωπος χάνει το ενδιαφέρον του σε λιγότερο από 7 δευτερόλεπτα. Γι' αυτό, η άμεση και εξατομικευμένη επικοινωνία είναι απαραίτητη.

Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά σήμερα τα Media είναι... η σωστή αξιοποίηση κάθε καναλιού, με περιεχόμενο που έχει δημιουργηθεί αποκλειστικά για τις ιδιαιτερότητές του. One campaign fits all, doesn't work anymore. Η 360° επικοινωνία απαιτεί εξατομικευμένη προσέγγιση και συνέπεια σε όλα τα σημεία επαφής με τον καταναλωτή, εξασφαλίζοντας μια συνεκτική και ελκυστική εμπειρία σε κάθε κανάλι.

Η επικοινωνία μπορεί να ξεπεράσει το gender stereotyping εάν... τα brands και οι ομάδες κατανοήσουν την πραγματική ποικιλομορφία της κοινωνίας και εστιάσουν στη δημιουργία αυθεντικών ιστοριών με πολυδιάστατες αφηγήσεις, που θα αποτελούν ενεργό μέρος της ιστορίας και της επικοινωνίας τους.

Το μοντέλο συνεργασίας μεταξύ clients και agencies αλλάζει επειδή... οι οργανισμοί επενδύουν και φέρνουν in-house εξειδικευμένους επαγγελματίες σε τομείς που μέχρι σήμερα διαχειρίζονταν κυρίως τα agencies. Έτσι, ενώ η εκτέλεση του έργου γίνεται ευκολότερη, τα agencies καλούνται να αφιερώσουν περισσότερο χρόνο στην καθοδήγηση και τη συμβουλευτική, βοηθώντας τους πελάτες τους να φτάσουν στην τελειότητα.

Αυτό που χρειάζονται σήμερα οι διαφημιζόμενοι από τα agencies είναι... στρατηγική καθοδήγηση, data-driven insights και out-of-the-box ιδέες που αξιοποιούν το ΑΙ. Θέλουν δημιουργικότητα που φέρνει αληθινές ιστορίες στο προσκήνιο και συνεργάτες που προσαρμόζονται γρήγορα.

Η θετική εμπειρία του καταναλωτή από το brand είναι... η φετηρία μιας μακροχρόνιας σχέσης χτισμένης με εμπιστοσύνη, συνέπεια και αξία. Δεν αφορά μόνο μια μεμονωμένη αλληλεπίδραση, αλλά μια συνολική εμπειρία που ενισχύεται μέσα από προσωποποιημένη επικοινωνία, ποιοτικό περιεχόμενο και ουσιαστική σύνδεση, μετατρέποντας τον καταναλωτή σε πιστό influencer του brand.

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

