

ADVERTISING

Η Humble νικήτρια στο pitch για την 360° επικοινωνία της ΕΨΑ

Η **Humble αναδείχθηκε** νικήτρια στο spec για την 360° επικοινωνία της ΕΨΑ, ενός από τα πιο ιστορικά ελληνικά brands αναψυκτικών. Η συνεργασία σηματοδοτεί την έναρξη μιας νέας επικοινωνιακής περιόδου για το brand, με την Humble να αναλαμβάνει ρόλο στρατηγικού συνεργάτη επικοινωνίας και την ανάπτυξη μιας νέας δημιουργικής πλατφόρμας. Κεντρικό στοιχείο της νέας κατεύθυνσης αποτελεί το μήνυμα «Μην ξεδιψάσεις ποτέ», το οποίο θα αποτελέσει τη βάση για την επικείμενη 360° καμπάνια επικοινωνίας της ΕΨΑ. Η δημιουργική προσέγγιση αξιοποιεί το ισχυρό heritage της ΕΨΑ, συνδέοντάς το με σύγχρονες στιγμές κατανάλωσης και με έναν τρόπο επικοινωνίας που απευθύνεται στο σημερινό κοινό.

ADVERTISING

Bronze Pencil στο One Show για την Ogilvy Greece

Μία ακόμα μεγάλη διεθνής διάκριση απέσπασε η Ogilvy Greece για την καμπάνια της Toyota «Όχημα Διαφυγής», η οποία μετά το Bronze Clio και το Webby Award, κατέκτησε και Bronze Pencil στο φετινό The One Show, στην κατηγορία Film, καταφέροντας να ξεχωρίσει ανάμεσα στις κορυφαίες διαφημιστικές ταινίες της χρονιάς σε έναν από τους σημαντικότερους θεσμούς δημιουργικότητας παγκοσμίως. Η ταινία διακρίθηκε συγκεκριμένα στην υποκατηγορία «Film for Good», καθώς η καμπάνια ανέδειξε τον κοινωνικό σκοπό της Toyota, παρουσιάζοντας πώς η μάρκα έγινε συμβολικά «όχημα διαφυγής» για γυναίκες – θύματα ενδοοικογενειακής βίας, στηρίζοντας οικονομικά τη Διοτίμα σε μια περίοδο, όπου διεθνώς παρατηρούνται περικοπές στη χρηματοδότηση οργανισμών που δραστηριοποιούνται στον τομέα της έμφυλης και ενδοοικογενειακής βίας. Την παραγωγή της ταινίας ανέλαβε η Foss Productions, σε σκηνοθεσία του Αργύρη Παπαδημητρώπουλου.

PR

Διάκριση της Socialdoo στα PR Week Global Awards στο Λονδίνο

Η **καμπάνια επικοινωνίας** για τη λειψυδρία που σχεδίασε και υλοποίησε η Socialdoo για την ΕΥΔΑΠ, διακρίθηκε στα βραβεία PR Week Global Awards που απονεμήθηκαν στο Λονδίνο. Η βραβευμένη καμπάνια εστίαζε στην πολυεπίπεδη ευαισθητοποίηση των πολιτών για τη λειψυδρία και αναγνωρίστηκε από την κριτική επιτροπή για την αποτελεσματικότητά και τη δημιουργικότητά της. Η Socialdoo διακρίθηκε ανάμεσα σε 300 εταιρείες από 35 χώρες και ήταν shortlisted μεταξύ των τεσσάρων καλύτερων εταιρειών επικοινωνίας στην Ευρώπη. Η CEO της Socialdoo Ελένη Σουράνη, τόνισε ότι η διάκριση αυτή αποτελεί αντανάκλαση της πορείας της εταιρείας αλλά και μια ακόμα διεθνή αναγνώριση του δομικού ρόλου του κλάδου της επικοινωνίας στην Ελλάδα. Η τελετή απονομής των PR Week Global Awards διεξήχθη στο Jumeirah Carlton Tower με την παρουσία εκπροσώπων των μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου διεθνώς.

Marketing... Rules!

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

Κώστας Καραγιάννης, Marketing Manager,
Coral – Shell Licensee



Δεν έχουμε αρκετό χρόνο για όλα, έχουμε όμως κρίση να επιλέξουμε

Η βασικότερη δεξιότητα για τον ρόλο μου σήμερα είναι... να ξέρω τι να βάλω σε πρώτο πλάνο. Δεν έχουμε ποτέ αρκετό χρόνο για όλα, έχουμε όμως κρίση να επιλέξουμε τι πραγματικά μετράει.

Καλό brief σημαίνει... να επικοινωνούμε με τα μάτια. Όταν χρειάζεσαι 23 σελίδες για να εξηγήσεις τι θέλεις, ήδη το έχεις χάσει.

Το σημαντικότερο barrier για τη δημιουργικότητα είναι... η έλλειψη προσωπικών βιωμάτων και η διστακτικότητα να βγούμε από τη ζώνη ασφαλείας. Ζήστε δημιουργικά.

Η μεγαλύτερη πρόκληση όσον αφορά στα νεανικά κοινά είναι... τα νεανικά κοινά, φυσικά, στα οποία δεν ανήκουμε πια :) κι αυτό είναι ευλογία... Σε αναγκάζει να ακούς και να παρατηρείς περισσότερο.

Για να έχει το marketing ισχυρή φωνή στο Boardroom... χρειάζεται θάρρος και συνέπεια. Μίλα λιγότερο για brand, περισσότερο για revenue. Το Board ακούει αριθμούς, μάθε τη γλώσσα τους ή μείνε έξω από την πόρτα.

Η τηλεόραση την επόμενη δεκαετία θα είναι... stand by, με ό,τι αυτό σημαίνει.

Τα βασικά «υλικά» για ένα επιτυχημένο event σήμερα είναι... αξιόπιστοι συνεργάτες, καλός bartender και ένα back-up plan για κάθε τι που σίγουρα δεν θα πάει όπως το είχες αρχικά προγραμματίσει.

Μία σκέψη που θα μοιραζόμουν με νέους marketers είναι... να κυνηγούν το αποτέλεσμα, όχι την αναγνώριση. Οι άνθρωποι που δεν τρέχουν για το χειροκρότημα είναι ακριβώς αυτοί που τελικά το παίρνουν και τους αξίζει. Όταν η αναγνώριση δεν αποτελεί τον κύριο στόχο, δεν υπάρχουν όρια στο τι πραγματικά μπορεί κανείς να πετύχει στη συνέχεια.

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

