ADVERTISING

Σε εξέλιξη διαφημιστικό spec για τη UtilityCo

Spec της UtilityCo βρίσκεται σε εξέλιξη, για τη διαφημιστική καμπάνια της νέας εταιρείας ενέργειας. Σύμφωνα με πληροφορίες του DailyFax, στο spec της εταιρείας που θα δημιουργηθεί από τη συνένωση των εταιρειών ενέργειας Nrg και Ήρων, συμμετέχουν πέντε διαφημιστικές εταιρείες: Frank & Fame, Soho Square Athens, Cream, Solid Havas, 4 Wise Monkeys. Διευκρινίζεται ότι η Frank & Fame χειρίζεται ως τώρα τον λογαριασμό της Nrg και η Soho Square Athens, αντιστοίχως, του Ήρωνα.

EVENTS

13 ελληνικές διακρίσεις στα Red Dot Awards

Designers, agencies και brands από 38 χώρες βρέθηκαν στις 6 Νοεμβρίου στο Βερολίνο για την τελετή απονομής των Red Dot Award: Brands & Communication Design 2026, με την Ελλάδα να αποσπά συνολικά 13 διακρίσεις. Πέντε βραβεία απέσπασε η Luminous Design, σε 4 κατηγορίες: στην κατηγορία Brand Design & Identity βραβεύθηκε το branding για τη Vesta Foods, στην κατηγορία Packaging Design βραβεύθηκε η σειρά συσκευασιών για τα γλυκίσματα της Filema Rodion, στην κατηγορία Illustrations διακρίθηκαν το datebook και η σειρά t-shirts που σχεδιάστηκαν για την Taresso Artisan Coffee Roasters, ενώ στην κατηγορία Fair Stands διακρίθηκε το εκθεσιακό περίπτερο της Taresso. Η A|S Strategy, Branding and Communication απέσπασε 4 Red Dot Awards: στην κατηγορία Label Design, Beverage Packaging για τη Serkova Limited Edition Summer 2025, στην κατηγορία Food Packaging για το Plateaux, στην κατηγορία Special Publication για το Metaphorm III και στην Food Packaging για το Tella Thera Olive Oil. Η G Design Studio διακρίθηκε στην κατηγορία Brand Identity, Brand Design για την CrediaBank και στην κατηγορία Brand Identity Relaunch για τη Vitex. Στην κατηγορία Coffee Packaging, Brand Identity έλαβε Red Dot η 2yolk για το Lunora και στην κατηγορία Corporate Identity διακρίθηκε η Nowhere Studio με το Chorographers.

PUBLIC RELATIONS

Νέα Communications Director στην Action Global

Καθήκοντα Communications Director στην Action Global αναλαμβάνει η Μαριλένα Ράλλη. *«Χαίρομαι που εντάσσομαι στην ομάδα της Action Global Communications Greece, μιας εταιρείας με μακρά πορεία που εξελίσσεται διαρκώς. Έχοντας διανύσει πάνω από 12 χρόνια στον κλάδο, φέρνω την εμπειρία μου στην εταιρική επικοινωνία, τη διαχείριση κρίσεων και το ESG, με στόχο να ενισχύσουμε ακόμη περισσότερο την υποστήριξη των πελατών μας και να αναπτύξουμε νέες συνεργασίες»*, δήλωσε η ίδια στο DailyFax. Προέρχεται από την Eight Bells Ltd, όπου εργάστηκε ως Dissemination /Communication Manager. Στην εργασιακή της εμπειρίας συμπεριλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η θέση της Communications Manager στη Hill+Knowlton Strategies και της Communications and PR Manager στην Precise Strategy.

Marketing... Rules!

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



Χρήστος Παπανδρόπουλος
Group CMO, Box Now

Το marketing είναι μοχλός ανάπτυξης

Αυτό που ζητάει σήμερα ο καταναλωτής από τα brands είναι... να κάνουν τη ζωή του πιο εύκολη, να είναι συνεπή σε όσα υπόσχονται και να κερδίζουν την εμπιστοσύνη του μέσα από πράξεις. Δεν αρκεί ένα δυνατό brand ή μια έξυπνη καμπάνια. Σήμερα, η αξία ενός brand αποδεικνύεται καθημερινά και ο καταναλωτής αξιολογεί τη συνολική του εμπειρία από αυτό.

Η βιωσιμότητα είναι για τα brands... μια επιχειρηματική ευθύνη, αλλά και μια ευκαιρία να επαναπροσδιορίσουν τον τρόπο με τον οποίο αναπτύσσονται. Δεν αφορά μόνο τις περιβαλλοντικές δεσμεύσεις ή την επικοινωνία τους, αλλά τις πραγματικές επιλογές που κάνουν στη λειτουργία τους. Η πρόκληση είναι να μετατρέπουν τις προθέσεις σε μετρήσιμες πράξεις, με διαφάνεια και συνέπεια.

Θεωρώ ότι το Customer Experience σήμερα... είναι το πραγματικό πεδίο διαφοροποίησης των brands. Σε μια αγορά όπου τα προϊόντα και οι υπηρεσίες συχνά συγκλίνουν, αυτό που μένει στον καταναλωτή είναι το πώς τον έκανες να αισθανθεί και πόσο εύκολη έκανες τη ζωή του.

Για να έχει το marketing ισχυρή φωνή στο Boardroom... πρέπει να συνδέει το brand με την ανάπτυξη, την εμπειρία πελάτη με την πιστότητα και τις καμπάνιες με συγκεκριμένους δείκτες απόδοσης. Το marketing δεν είναι απλώς επικοινωνία, είναι στρατηγικός μοχλός ανάπτυξης. Η θέση του στο Boardroom κερδίζεται όταν αποδεικνύει ότι δημιουργεί μετρήσιμη επιχειρηματική αξία.

Συμπερίληψη στην επικοινωνία σημαίνει... να αναγνωρίζεις ότι δεν υπάρχει ένας μόνο τύπος καταναλωτή και να δημιουργείς επικοινωνία που απευθύνεται σε όλους, χωρίς στερεότυπα και αποκλεισμούς. Σημαίνει να ακούς διαφορετικές ανάγκες, να εκπροσωπείς ουσιαστικά την κοινωνία και να σχεδιάζεις εμπειρίες προσβάσιμες και κατανοητές. Η συμπερίληψη δεν πρέπει να είναι ένα επικοινωνιακό μήνυμα, αλλά μέρος της κουλτούρας και των αποφάσεων ενός brand.

Οι μεγαλύτερες προκλήσεις από τη χρήση της ΤΝ στο Marketing είναι... να αξιοποιήσουμε τις δυνατότητές της χωρίς να χάσουμε την ανθρώπινη διάσταση της επικοινωνίας. Η ΤΝ προσφέρει ταχύτητα, καλύτερη ανάλυση δεδομένων και μεγαλύτερη εξατομίκευση, αλλά απαιτεί υπευθυνότητα, προστασία προσωπικών δεδομένων και έλεγχο της αξιοπιστίας περιεχομένου. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα ανήκει σε όποιον συνδυάζει την τεχνολογία με την ανθρώπινη κρίση και τη δημιουργικότητα.

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