

ADVERTISING

Spec για τον δημιουργικό λογαριασμό της Volton

Η Volton προχωρά σε spec για τον δημιουργικό της λογαριασμό σύμφωνα με πληροφορίες του Daily Fax. Η διαδικασία της ανάθεσης αναμένεται να ολοκληρωθεί έως το τέλος του μήνα.

ADVERTISING

Ανάθεση στην Choose

Το Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας και Οικονομικών ανέθεσε στην Choose ΑΕ τη διεξαγωγή καμπάνιας ευαισθητοποίησης των πολιτών αναφορικά με θέματα αντιμετώπισης της φοροδιαφυγής. Το προς υλοποίηση έργο περιλαμβάνει: Την παραγωγή διαφημιστικού υλικού που θα υποστηρίξει την καμπάνια ευαισθητοποίησης, Εκπόνηση πλάνου digital μέσων, Συντονισμό ενεργειών για την υλοποίηση του πλάνου ηλεκτρονικών μέσων (media plan) και παρακολούθηση της ορθής εφαρμογής του. Η καμπάνια ευαισθητοποίησης απευθύνεται κυρίως στις παραγωγικές ηλικίες (25-55 ετών) που είναι εξοικειωμένες με τις νέες τεχνολογίες και θα έχει στόχο να αυξήσει την άμεση πρόσβαση των πολιτών στις ψηφιακές εφαρμογές (app) της ΑΑΔΕ και την άμεση διάθεση των εφαρμογών στους πολίτες. Ο προϋπολογισμός που θα διατεθεί για προβολή και διαφήμιση σε ιστοσελίδες ανέρχεται σε 700.000 ευρώ.

PUBLIC RELATIONS

Η Efrata Communications νέο μέλος της ΕΔΕΕ

Η Efrata Communications αποτελεί το νέο μέλος στον Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ. Η Efrata Communications ιδρύθηκε και δραστηριοποιείται στην ελληνική αγορά από το 2008. Παρέχει υπηρεσίες εταιρικής επικοινωνίας, σχέσεις με ΜΜΕ, διαχείριση κρίσεων, διαχείριση φήμης, εσωτερική επικοινωνία, διαχείριση δημοσίων υποθέσεων. Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας είναι ο Δρ. Ιάκωβος – Αντώνιος Αρμάος, Senior Account Director η Στέλλα Στεφανίδου και Account Managers οι Θάνος Μπιλιάρης και Παναγιώτης Ρουμανάς.

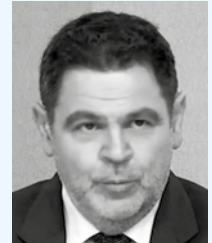
MARKETING

Την Kovald επέλεξε η Big Solar

Η Kovald προχωρά σε συνεργασία με την Big Solar ΑΕ, εταιρεία στον τομέα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της ενεργειακής εξοικονόμησης. Η Kovald στοχεύει να ενισχύσει τη θέση της Big Solar στο B2B marketing, προσφέροντας λύσεις που όχι μόνο καλύπτουν τις ενεργειακές ανάγκες του σήμερα, αλλά συμβάλλουν ενεργά στη δημιουργία ενός βιώσιμου μέλλοντος. Ταυτόχρονα, επιδιώκει την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας του brand και τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών ευκαιριών μέσω στοχευμένων lead generation προσελκύνοντας έτσι, στρατηγικούς συνεργάτες.

Insights For Action

Τα Μέλη του ΣΕΔΕΑ μοιράζονται απόψεις, γνώσεις και τάσεις γύρω από τον χώρο των ερευνών.



Πασχάλης-Αλέξανδρος Τερμεκενίδης (BSc, MSc, MBA), Research Director, Palmos Analysis

Έκ τῶν ὧν οὐκ ἄνευ

Η κυριότερη πρόκληση για τον κλάδο της έρευνας σήμερα είναι... η παρακολούθηση των τεχνολογικών εξελίξεων και των νέων δεδομένων που αυτές δημιουργούν, τόσο στην προσέγγιση και επαφή με τους καταναλωτές/πολίτες, όσο και στα διαθέσιμα εργαλεία συλλογής, επεξεργασίας, ανάλυσης και απεικόνισης δεδομένων. Στο πρώτο πεδίο, η κατάλληλη αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας είναι κρίσιμη για τη διατήρηση και ενίσχυση της ανταπόκρισης των ερωτώμενων – ιδιαίτερα ομάδων όπως οι νέοι, οι εργαζόμενοι και άτομα υψηλότερης μόρφωσης και οικονομικοκοινωνικής τάξης. Στο δεύτερο επίπεδο, η αξιοποίηση των νέων διαδικτυακών εργαλείων και της τεχνητής νοημοσύνης στην έρευνα αγοράς, ενδεχομένως να αποτελέσει και την ειδοποιό διαφορά για όσους δραστηριοποιούνται στην έρευνα αγοράς.

Η ποιότητα μίας έρευνας εξαρτάται κυρίως... από παράγοντες, όπως η εμπλοκή των κατάλληλων στελεχών του εντολέα στη συνεργασία με τα στελέχη της εταιρείας ερευνών, ο ορθός σχεδιασμός (ομάδες-στόχοι, μέθοδος/εργαλεία συλλογής, ερωτηματολόγια κ.λπ.) και η διάθεση κατάλληλων πόρων-ανθρώπινων, οικονομικών και τεχνολογικών-στη συλλογή και την επεξεργασία/ανάλυση των δεδομένων. Η έρευνα αγοράς, ως εργαλείο λήψης αποφάσεων, πρέπει να αντιμετωπιστεί ως κρίσιμο και αναγκαίο έργο για τον οργανισμό: είναι προτιμότερο να διατεθεί λίγο περισσότερος χρόνος και χρήμα και να οδηγηθούμε στα σωστά συμπεράσματα και αποφάσεις, παρά να κάνουμε «εκπτώσεις» που θα οδηγήσουν σε απώλειες, λόγω λανθασμένων αποφάσεων στο μέλλον.

Το κυριότερο όφελος που προσφέρει μία έρευνα σε ένα brand/επιχείρηση είναι... η δυνατότητα να λαμβάνει αποφάσεις βασισμένες σε πραγματικά δεδομένα και αντικειμενικά στοιχεία και όχι μόνο στη διαίσθηση των στελεχών, αυξάνοντας τις πιθανότητες επιτυχίας και περιορίζοντας το ρίσκο. Η χρήση εργαλείων έρευνας σε μια ανταγωνιστική εποχή, όπου η καταναλωτική συμπεριφορά επηρεάζεται από πολλούς παράγοντες και αλλάζει διαρκώς, παρέχει στην επιχείρηση σύγχρονα «όπλα» και εργαλεία απόφασης. Επιχειρήσεις που στερούνται τέτοιων εργαλείων, πορεύονται στον «πόλεμο» της αγοράς με όπλα πέτρες και ξύλα...



ΣΕΔΕΑ
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΤΑΙΡΩΝ ΔΗΜΟΣΚΟΠΗΣΗΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ
ASSOCIATION OF GREEK MARKET & OPINION RESEARCH COMPANIES

Ο ΣΕΔΕΑ ιδρύθηκε το 1990 με στόχο την προαγωγή της επιστημονικής έρευνας αγοράς και κοινωνικής έρευνας στην Ελλάδα.

Τα μέλη του συμμορφώνονται πλήρως με τους κώδικες δεοντολογίας και επαγγελματικής πρακτικής της ESOMAR και πιστοποιούνται μέσω μηχανισμών ελέγχου που έχει θεσπίσει ο ΣΕΔΕΑ.