

ADVERTISING

Σε BGM OMD και BBDO ανέθεσε το Regency Casino

Διπλό spec διενήργησε το Regency Casino για τα media και τον διαφημιστικό λογαριασμό του online offering, που ετοιμάζει η εταιρεία. Η ανάθεση έγινε στην BGM OMD και την BBDO, αντίστοιχα.

ADVERTISING

Στη The Newtons Laboratory το brand Fischer

Τη The Newtons Laboratory επέλεξε η Αθηναϊκή Ζυθοποιία για το brand Fischer, έπειτα από spec. Στο spec, συμμετείχαν, επίσης, η Another Circus, η Frank & Fame και η Athens Coconut.

DIGITAL MARKETING

Οι OCM και Outbrain παρουσίασαν το εργαλείο «Moments»

Την Πέμπτη 5 Δεκεμβρίου, η OCM και η Outbrain διοργάνωσαν εκδήλωση στο 48 Urban Garden στην Αθήνα, γιορτάζοντας τον έναν χρόνο συνεργασίας τους. Η εκδήλωση συγκέντρωσε συνεργάτες από εκδότες, πελάτες και διαφημιστικές εταιρείες, ενώ κατά τη διάρκειά της παρουσιάστηκε το εργαλείο της Outbrain, «Moments». Το «Moments» αποτελεί προσέγγιση που μεταμορφώνει, όπως τονίζεται, το feed σε χώρο εμπειρίας μέσω της χρήσης vertical videos, αξιοποιώντας περιεχόμενο για TikTok, YouTube shorts και Instagram videos. Το «Moments» υπόσχεται να προσφέρει εξατομικευμένο και relevant περιεχόμενο στον κατάλληλο χρόνο, αυξάνοντας την αλληλεπίδραση και επιτυγχάνοντας ουσιαστικά αποτελέσματα.

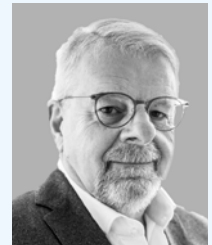
MARKETING

The Hill House: Νέο boutique marketing agency

To The Hill House Boutique Marketing Agency κάνει την είσοδό του στην ελληνική αγορά επικοινωνίας, με στόχο όπως επισημαίνει «να φέρει έναν αέρα ανανέωσης στον χώρο του marketing, συνδυάζοντας τη δημιουργικότητα με την άριστη αισθητική. Με έμπνευση οτιδήποτε αυθεντικό, το The Hill House προσφέρει στα brands μια μοναδική ευκαιρία να διαφοροποιήσουν την εικόνα τους, αξιοποιώντας μια φιλοσοφία εμπνευσμένη από εικόνες που παραπέμπουν στη φύση & το slow living». Από digital καμπάνιες μέχρι event planning και press office ενέργειες, το The Hill House θέλει να λειτουργεί ως η in-house ομάδα marketing του εκάστοτε brand, προσφέροντας ολοκληρωμένες λύσεις που ευθυγραμμίζονται με τους στόχους του. Founder είναι η Μαριάννα Αλεξίου, με χρόνια εμπειρίας στον χώρο της δημοσιογραφίας και του marketing. Η ομάδα του The Hill House επικεντρώνεται σε ένα boutique portfolio, στο οποίο παρέχει «exclusive υπηρεσίες και υψηλού επιπέδου παραγωγές».

Insights For Action

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



Ραφαήλ Σουσιέλ,
Διευθύνων Σύμβουλος, DataPower A.E.

Real-time και διαδραστικά

Είδαμε και στο συνέδριο της ESOMAR ότι το μέλλον της έρευνας αγοράς διαμορφώνεται από την ταχεία πρόοδο της τεχνολογίας και την αυξανόμενη ανάγκη για πιο ακριβή, αποτελεσματικά και προσωπικά προσαρμοσμένα δεδομένα. Η εξέλιξη της συλλογής δεδομένων προς τις real-time και διαδραστικές μεθόδους σημαίνει ότι οι ερευνητές αγοράς θα μπορούν να αποκτούν δεδομένα σε πραγματικό χρόνο και με άμεση αλληλεπίδραση με τους καταναλωτές, αντί για τις παραδοσιακές στατιστικές έρευνες που βασίζονται σε περιοδικές ή στατικές συλλογές δεδομένων με τις παραδοσιακές μεθόδους.

Παράδειγμα. Ο καταναλωτής – συμβεβλημένος με την εταιρεία ερευνών – πηγαίνει για τα ψώνια του. Αγοράζει ένα προϊόν και το καταχωρεί στην ειδική εφαρμογή. Το προϊόν αυτό δεν το είχε ξαναγοράσει. Η εφαρμογή τον ρωτά αν πράγματι ήθελε να αγοράσει αυτό το προϊόν. Αν ναι. Τι σκέφτηκε και το αγόρασε. Ας πούμε το χρώμα. Βγάζει φωτογραφία το προϊόν και ο ερευνητής βλέπει τα χρώματα του προϊόντος και μπορεί να συνεχίσει να διερευνά ποιο χρώμα και τι σχέση έχει ο καταναλωτής με το συγκεκριμένο χρώμα κλπ.

Αυτή η μέθοδος προσφέρει άμεση εικόνα των αντιδράσεων του κοινού, γεγονός που επιτρέπει στους ερευνητές να ανταποκριθούν γρήγορα σε αλλαγές της αγοράς ή σε καταναλωτικές τάσεις. Η συλλογή δεδομένων σε πραγματικό χρόνο βοηθά επίσης στον εντοπισμό πιθανών προβλημάτων ή ευκαιριών επιτόπου, προτού επηρεάσουν σημαντικά την αγορά. Επίσης, αυτή η διαδραστική συλλογή δεδομένων επιτρέπει στους χρήστες να αλληλοεπιδρούν με τα συστήματα που συλλέγουν τα δεδομένα με πιο ενεργητικό και συμμετοχικό τρόπο. Αντί για την παραδοσιακή μέθοδο της στατιστικής έρευνας, όπου ο καταναλωτής απαντά σε σταθερές ερωτήσεις, η διαδραστική μέθοδος εμπλέκει τον καταναλωτή με τρόπους που ενθαρρύνουν τη συμμετοχή του.

Με αυτές τις μεθόδους επιτυγχάνεται ταχύτητα, ακρίβεια, αλληλεπίδραση και εμπλοκή του καταναλωτή στην έρευνα και την συλλογή δεδομένων και την ανάλυσή τους σε πραγματικό χρόνο.



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.