

ADVERTISING

Sanrise: Νέο 360° ad agency

Με την αυγή του 2026, η Σάντρα Βαφέα προχώρησε την ίδρυση του Sanrise agency, ενός νέου, «super fresh» διαφημιστικού σχήματος, όπως αναφέρει η ίδια, που φιλοδοξεί να επαναφέρει την αγάπη και το πάθος για το concept στην ελληνική αγορά. Παρότι η εταιρεία μετρά λιγότερο από δύο μήνες ζωής, διαθέτει ήδη ισχυρή δυναμική, καθώς στελεκώνεται από έμπειρους συνεργάτες που προέρχονται από όλο το φάσμα της διαφημιστικής αγοράς. Το Sanrise λειτουργεί ως ένα 360° agency, καλύπτοντας πλήρως τις ανάγκες επικοινωνίας τόσο σε above the line όσο και σε digital επίπεδο. Το πρώτο δείγμα της εταιρείας είναι ήδη στον «αέρα», με την κυκλοφορία της καμπάνιας της SMA Hellas σε τηλεόραση και ψηφιακές πλατφόρμες.

DIGITAL MARKETING

Νέα Digital Συνεργασία Socialab x Παπουτσάνης

Η Socialab ξεκίνησε νέα της συνεργασία με την Παπουτσάνης ΑΒΕΕ. Στο πλαίσιο της συνεργασίας, η Socialab αναλαμβάνει τη στρατηγική διαχείριση των σελίδων Papoutsanis_sa στα social media, καθώς και την παραγωγή δημιουργικού περιεχομένου για τα κανάλια Meta (Facebook & Instagram) και TikTok, με στόχο την ενίσχυση της ψηφιακής παρουσίας των brands της Παπουτσάνης και τη δημιουργία ουσιαστικής σύνδεσης με το κοινό. Ιδιαίτερη σημασία έχει και η έναρξη της παρουσίας της εταιρείας Παπουτσάνης στο TikTok, ένα κανάλι που εγκαινιάζεται στο πλαίσιο της συνεργασίας των δύο πλευρών. Μέσα από πρωτότυπο, δημιουργικό και σύγχρονο περιεχόμενο, όπως επισημαίνεται, η Socialab θα συμβάλλει στη διαμόρφωση μιας δυναμικής παρουσίας της Παπουτσάνης στην πλατφόρμα, ανοίγοντας έναν νέο διαύλο επικοινωνίας με νεότερα και digital-first κοινά.

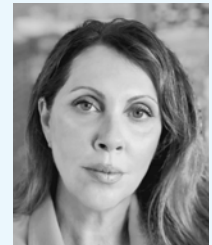
DIGITAL MARKETING

Relevance: Νέα γραφεία 2.000 τμ στην πλατεία Συντάγματος

Η Relevance επεκτείνει τα γραφεία της στο κέντρο της Αθήνας και συγκεκριμένα στην πλατεία Συντάγματος, δημιουργώντας έναν νέο σύγχρονο χώρο συνολικής έκτασης 2.000 τμ. Με την προσθήκη τριών επιπλέον ορόφων στους ήδη υπάρχοντες χώρους της εταιρείας, η Relevance αναπτύσσεται πλέον σε τέσσερις συνολικά ορόφους στο ίδιο κτίριο, συγκεντρώνοντας την ομάδα της Αθήνας σε έναν ενιαίο χώρο. Τα νέα γραφεία φιλοξενούν 200 επαγγελματίες, ενισχύοντας την καθημερινή αλληλεπίδραση μεταξύ των ομάδων της εταιρείας. Ο νέος χώρος σχεδιάστηκε έτσι ώστε να αντανακλά τον τρόπο λειτουργίας της Relevance: ένα σύγχρονο, ανοικτό περιβάλλον που μεταξύ άλλων, προάγει τη συνεργασία, τη δημιουργικότητα καθώς και την ανταλλαγή ιδεών. Όπως δήλωσε ο Θανάσης Σοφινός, Founder & CEO της Relevance Digital Agency: «Η ανάπτυξη της Relevance τα τελευταία χρόνια είναι αποτέλεσμα της συλλογικής προσπάθειας της ομάδας μας».

Insights For Action

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



Σοφία Σκλάβου, Συγγραφέας,
Executive Partner, DataPower

From Labels to Layers

Τα labels είναι η αρχή. Όχι η απάντηση.

Gen Z, Millennials, Boomers. Λέξεις που χρησιμοποιούμε καθημερινά, σχεδόν αυτονόητα, όταν μιλάμε για κοινά-στόχους. Είναι ένας γρήγορος τρόπος να οργανώσουμε την πραγματικότητα. Όμως η ηλικία δεν εξηγεί από μόνη της τις επιλογές, τους φόβους, τις φιλοδοξίες ή τις αντιφάσεις ενός ανθρώπου. Μέσα στην ίδια γενιά συνυπάρχουν διαφορετικές αξίες, διαφορετικές οικονομικές δυνατότητες, διαφορετικά βιώματα. Αν μείνουμε μόνο στο label, βλέπουμε το περίγραμμα. Όχι το βάθος.

Τα δεδομένα υπάρχουν. Η κατανόηση χτίζεται.

Οι επιχειρήσεις σήμερα έχουν πρόσβαση σε περισσότερα δεδομένα από ποτέ. Metrics, clicks, engagement rates, dashboards σε πραγματικό χρόνο. Όμως τα δεδομένα που συλλέγονται αποσπασματικά, χωρίς σαφή ερευνητικό σχεδιασμό και ερμηνευτικό πλαίσιο, εύκολα μετατρέπονται σε επιβεβαίωση όσων ήδη πιστεύουμε. Η ουσιαστική γνώση δεν προκύπτει από την ποσότητα της πληροφορίας, αλλά από τον τρόπο που τίθενται τα σωστά ερωτήματα, επιλέγεται το σωστό δείγμα και ερμηνεύονται προσεκτικά τα ευρήματα. Εκεί κάνει τη διαφορά η οργανωμένη, εξειδικευμένη Έρευνα Αγοράς: αυτή που δεν αρκείται στο να συλλέγει δεδομένα, αλλά τα δομεί, τα ελέγχει και τα μεταφράζει σε ουσιαστική κατανόηση.

Η διαφορά βρίσκεται στα layers

Όταν η ανάλυση προχωρά πέρα από την ηλικία και φτάνει στα κίνητρα, στις στάσεις και στο context ζωής, τότε η στρατηγική αποκτά ουσία. Τότε ανακαλύπτεις ότι κάποια «χαρακτηριστικά γενιάς» διαπερνούν ηλικίες, ενώ άλλες διαφοροποιήσεις είναι βαθύτερες από όσο φανταζόμασταν.

Η σύγχρονη έρευνα δεν κατηγοριοποιεί απλώς, ερμηνεύει. Δεν περιορίζεται στο τι φαίνεται, αναζητά το γιατί. Και σε μια εποχή ταχύτητας και θορύβου, αυτή η βαθύτερη κατανόηση δεν είναι πολυτέλεια, είναι το αποτέλεσμα της συστηματικής, σύγχρονης έρευνας αγοράς.



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.