

BUSINESS COMMUNICATION SERIES 2023

pr agencies



DIRECTION
BUSINESS NETWORK

PAPALIOS MEDIA GROUP IKE

Το περιοδικό για την ΕΚΕ & την Πράσινη Οικονομία στην Ελλάδα & τον Κόσμο



www.BusinessNews.gr

ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΚΑΙ ΤΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

www.advertising.gr

ΤΟ PORTAL ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

www.csrnews.gr

ΤΟ PORTAL ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΕ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΡΑΣΙΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

www.fleetnews.gr

ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΟ PORTAL ΓΙΑ ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΩΝ ΣΤΟΛΩΝ ΚΑΙ MOBILITY



PAPALIOS MEDIA GROUP IKE

www.direction.gr



Το PR (μπορεί και) αλλάζει

Η μόνη σταθερά στο χώρο της επικοινωνίας είναι η διαρκής αλλαγή. Αυτό το έχουμε εμπειδώσει πια. Πλέον βρισκόμαστε σε ένα σημείο που οι «γραμμές» που χρησιμοποιούσαμε στο παρελθόν δεν είναι απλώς θολές ή δυσδιάκριτες· μάλλον δεν υπάρχουν πια. Δεν είναι τυχαίο πως αυτό είναι και το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει τόσο από την πολύ ενδιαφέρουσα συζήτηση με τους εκπροσώπους της Διοικούσας Επιτροπής του Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ όσο και από τις συνεντεύξεις και παρουσιάσεις εταιρειών του χώρου του PR, που ακολουθούν στις επόμενες σελίδες. Μάλλον δεν μπορούμε πια να μιλάμε για above και below the line, για αναλογικό και digital, για offline και online. Ίσως να μην μπορούμε να αναφερόμαστε πλέον σε εξειδικεύσεις, ίσως να μην μπορούμε να κάνουμε λόγο για συγκεκριμένα disciplines σήμερα.

Μέσα σε αυτό το περιβάλλον το PR έχει όλα τα εκέγγα αλλά και τις κατάλληλες δεξιότητες που του επιτρέπουν να μετασχηματίζεται και να κατορθώνει να ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών που τα τελευταία χρόνια διευρύνονται συνεχώς, με αποτέλεσμα οι απαιτήσεις που έχουν από τους συνεργάτες τους να είναι όλο και περισσότερες και πιο σύνθετες. Οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων επενδύουν συνεχώς σε νέες δεξιότητες, σε νέους ανθρώπους, σε καινούργια τεχνολογικά εργαλεία, ενώ υιοθετούν όλο και περισσότερο τη λογική των μετρήσεων. Αναλαμβάνουν όχι μόνο περισσότερες αλλά και πιο σημαντικές ευθύνες για τους πελάτες και μετακινούνται σταδιακά και στρατηγικά προς την πλευρά του στρατηγικού συμβούλου, που μπορεί να συνδράμει πολύπλευρα και ουσιαστικά οποιονδήποτε οργανισμό και επιχείρηση.

Το PR διατηρεί τη δυναμική του, καθώς κατορθώνει να αφομοιώνει τα νέα δεδομένα και να προσφέρει όλα όσα απαιτεί κάθε φορά η εποχή. Διατηρεί τη δυναμική του γιατί αλλάζει. Επειδή μπορεί και αλλάζει και κατορθώνει να γίνεται όλο και πιο πλούσιο και πιο αποδοτικό.

▶ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΜΕΑ PR - ΕΔΕΕ	04
▶ AIA RELATE	10
▶ GRAVITY THE NEWTONS	12
▶ ONE TEAM	14
▶ OWL	16
▶ PALLADIAN	18
▶ PERCEPTION	20
▶ PHOCUS	22
▶ PITCH PR	24
▶ PUBLICOM HILL+KNOWLTON	26
▶ SOCIALDOO	28
▶ STRATCOM.....	30
▶ V+O.....	32

BUSINESS COMMUNICATION SERIES
#PR AGENCIES
ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2023
Διανέμεται μαζί με το adbusiness

ΕΚΔΟΤΗΣ - ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
Βαγγέλης Παπαλιός

EDITOR IN CHIEF
Δημήτρης Τσουκαλάς
(tsoukalas@direction.gr)

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ
Γιώργος Στουραϊτής

EDITORS
Σόνια Χαϊμαντά,
Εύα Πέτροβα
(petrova@direction.gr)

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER
Κωνσταντίνος Παπαλιός
(krapalios@direction.gr)

ADVERTISING BUSINESS UNIT MANAGER
Αγάθη Ζορμπά
(zorba@direction.gr)

MARKETING EXECUTIVE
Μαρία Τσώνου
(tsonou@direction.gr)
Βάρια Δρούγα
(drouga@direction.gr)

CORPORATE COMMUNICATION MANAGER
Παναγιώτα Γεωργιάδη
(georgiadi@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ
Ροδούλα Βαρβαγιάννη
(varvagianni@direction.gr)

PRODUCTION MANAGER
Βασίλης Θυμιανός

ART DIRECTOR
Χρήστος Κ. Πουλάκης

DIRECTOR ACCOUNTING
Πηνελόπη Χατζηδημητρίου



DIRECTION
BUSINESS NETWORK
PAPALIOS MEDIA GROUP IKE

Μικράς Ασίας 43 | 152 33 | Χαλάνδρι
T: 210.77.12.400 | F: 210.77.85.097
e-mail: info@direction.gr
www.direction.gr

Παρελθόν οι διαχωριστικές γραμμές στην Επικοινωνία

Μια εφ' όλης της ύλης συνέντευξη παραχώρησαν οι εκπρόσωποι του τομέα PR της Ένωσης Εταιρειών Διαφήμισης και Επικοινωνίας Ελλάδας στο καθιερωμένο ετήσιο ραντεβού τους, για να μιλήσουν για όλα όσα αφορούν τον κλάδο του PR, από τη σχέση του με τη Διαφήμιση και την Πολιτική και τα Social Media έως και τη χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης.

Γράφει η Σόνια Χαϊμαντά

Οι διαχωριστικές γραμμές στην Επικοινωνία αποτελούν παρελθόν. Αυτό είναι το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει από όσα μας αναφέρουν οι εκπρόσωποι του τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ. Έχουν σαρωθεί από την ψηφιακή τεχνολογική πραγματικότητα, από τις συνθήκες που διαμορφώνουν τα κοινωνικά δίκτυα, από την ήδη απτή επέλαση της Τεχνητής Νοημοσύνης. Και ως είδηση η διεξαγωγή του PR Masterclass Series - μια μετεξέλιξη του πολύ επιτυχημένου PR Specialist Course, που «έτρεξε» με μεγάλη συμμετοχή και ανταπόκριση για αρκετά χρόνια στο παρελθόν.

Ποια είναι κατά τη γνώμη σας σήμερα η σημασία των υπηρεσιών Public Relations (PR) στον ιδιωτικό τομέα; Έχει βρει το PR τη θέση που του αξίζει;

Δημήτρης Ρούλιας: Έχει γίνει μεγάλη πρόοδος στο συγκεκριμένο ζήτημα, διεθνώς αλλά και στη χώρα μας. Οι σύγχρονοι οργανισμοί, είτε ιδιωτικοί είτε δημόσιοι είτε μη κερδοσκοπικοί, βιώνουν

τη διαρκώς αυξανόμενη πολυπλοκότητα του επικοινωνιακού περιβάλλοντος σε ένα ευμετάβλητο πλαίσιο διαδοχικών κρίσεων, από την πανδημία και τις φυσικές καταστροφές μέχρι τις γεωπολιτικές και τις οικονομικές ανατροπές. Κατανοούν ότι το κοινό στο οποίο απευθύνονται, από το πιο ευρύ έως το πιο στοχευμένο, γίνεται αποδέκτης ασύλληπτου όγκου πληροφοριών και ερεθισμάτων, ξεκινώντας από τα παραδοσιακά και φτάνοντας στα πλέον εξελιγμένα ψηφιακά Μέσα. Ο χρόνος διάδοσης της πληροφορίας πρακτικά ελαχιστοποιείται - το ίδιο και ο χρόνος για επεξεργασία, αξιολόγηση, φιλτράρισμα. Και βέβαια, ανάμεσα σε αυτόν τον πληροφοριακό ωκεανό συμπεριλαμβάνονται οι ανακρίβειες, οι υποβολιμαίες αναφορές και τα fake news.

Συνειδητοποιούν, λοιπόν, οι οργανισμοί ότι για να προστατεύσουν και να εξελίξουν τη φήμη τους, χρειάζονται συνεργάτες ικανούς να διερμηνεύουν το περιβάλλον, να σχεδιάζουν μακροπρόθεσμη επικοινωνιακή στρατηγική, να έχουν την ετοιμότητα και την ευελιξία της άμεσης αντίδρασης, να επεξεργάζονται τα κατάλληλα μηνύματα και να τα εκπέμπουν με τα κατάλληλα μέσα στο κατάλληλο ανά περίπτωση κοινό. Σε αυτά τα χαρακτηριστικά συνοψίζεται ακριβώς η αξία της εξειδίκευσης των Δημοσίων Σχέσεων - και αυτός είναι ο λόγος που οι εταιρείες και οι επαγγελματίες του κλάδου μας βελτιώνουν θεαματικά τη θέση και τη βαρύτητά τους στο φάσμα των υπηρεσιών επικοινωνίας.

Η αξία των υπηρεσιών Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων έχουν διαφορετικό «βάρος» για τον δημόσιο τομέα; Ποιες προκλήσεις καλείστε να αντιμετωπίσετε εκεί;

Βασίλης Δασκαλόπουλος: Ο δημόσιος τομέας έχει κάνει πολλά και θετικά βήματα όσον αφορά την Επικοινωνία γενικά και τις Δημόσιες Σχέσεις ειδικότερα. Το πολιτικό προσωπικό, καθώς και τα στελέχη του δημοσίου τομέα αντιλαμβάνονται



Βασίλης Δασκαλόπουλος
Valuecom



Γιώργος Λιμπέρης, Palladian
Communications Specialists



Δημήτρης Ρούλιας
Out of the Box



Ελένη Σουράνη
Socialdoo

τη χρησιμότητα ενός έμπιστου συνεργάτη στο συγκεκριμένο πεδίο, όχι μόνο στο πλαίσιο της «κλασικής» εταιρικής επικοινωνίας, αλλά για να αναδείξουν το φάσμα υπηρεσιών που, και λόγω της ψηφιοποίησης, προσφέρονται στους πολίτες. Είναι γεγονός ότι η ψηφιοποίηση του κράτους και των υπηρεσιών του έφερε στο προσκήνιο περισσότερες και μεγαλύτερες ανάγκες για επικοινωνία και δημόσιες σχέσεις - με μεγαλύτερη στόχευση, σε πολλές και διαφορετικές επιμέρους ομάδες του κοινού και όχι μαζικά και μονοδιάστατα. Σε ό,τι αφορά στην αλληλεπίδραση του κλάδου μας με το Δημόσιο, δύο μεγάλες προκλήσεις εν προκειμένω είναι ο περαιτέρω περιορισμός της γραφειοκρατίας, στην προκήρυξη, την ανάθεση και τη διαχείριση των επικοινωνιακών έργων, όπως και η δέουσα, περισσότερο έμπρακτη, αναγνώριση της θεσμικής προτεραιότητας των εταιρειών-μελών της ΕΔΕΕ.

Πώς έχει εξελιχθεί η ρόλος των επιχειρήσεων επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων σε σχέση με τα θέματα ESG (Environmental, Social, Governance) και την Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη; Είστε δυναμικοί και αποδεκτοί σύμβουλοι στους πελάτες σας στο θέμα αυτό;

Ελένη Σουράνη: Τόσο η Εταιρική Υπευθυνότητα (CSR) όσο και τα κριτήρια ESG αποτελούν παραμέτρους που πλέον καθορίζουν την εταιρική λειτουργία. Δεν έχουν ρόλο συμπληρωματικό αλλά καθοριστικό σε πολλά επίπεδα, από τη χρηματοδότηση έως τη δημόσια εικόνα των εταιρειών. Άρα έχει σημασία να μην αντιμετωπίζονται ως ακατανόητα εταιρικά αρκτικόλεξα, αλλά ως πολύτιμα εργαλεία με τα οποία οι εταιρικοί δρώντες μπορούν να καταγράφουν και να προβάλλουν τις αρχές και τις αξίες τους, τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται την ύπαρξή τους στον κόσμο και στην κοινωνία

που ζούμε. Σε αυτό το πεδίο η Επικοινωνία έχει καθοριστική σημασία, καθώς χρειάζεται να είναι ο μεσολαβητής αυτής της κατανόησης από τις εταιρείες προς το κοινό. Και πλέον οι συνεργάτες μας το περιμένουν από εμάς, μας ζητούν να συμβάλλουμε ενεργά προς αυτή την κατεύθυνση, διότι κατανοούν την αξία αυτής της προσέγγισης.

Πώς έχει επηρεαστεί η διαχείριση κρίσεων από πλημμύρες και φυσικές καταστροφές από τις εξελίξεις στον τομέα της Επικοινωνίας;

Δημήτρης Ρούλιας: Είναι γεγονός ότι τα ζητήματα που καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε για λογαριασμό των πελατών μας είναι συχνά πρωτοφανή - άλλης τάξης μεγέθους σε σχέση με το πρόσφατο παρελθόν. Δύο είναι τα κλειδιά μιας αποτελεσματικής αντίδρασης σε μια τέτοια κρίση: η προετοιμασία και η ταχύτητα. Πρόκειται για δύο παραμέτρους αλληλένδετες. Όσο καλύτερα προετοιμασμένος είσαι, όσο καλύτερα έχεις αναλύσει και κατανοήσει τα πιθανά ενδεχόμενα, όσο βαθύτερα έχεις κατανοήσει την αλλαγή που συντελείται στο περιβάλλον γύρω μας, τόσο πιο επεξεργασμένες και ώριμες είναι οι στρατηγικές και οι τακτικές σου. Και βέβαια, τόσο πιο γρήγορα και αποτελεσματικά μπορείς να αντιδράσεις, στο μέτρο πάντα του δυνατού. Να σημειώσουμε παράλληλα ότι καμία κρίση δεν μπορεί να αντιμετωπισθεί χωρίς απόλυτη διαφάνεια, ειλικρίνεια και ενσυναίσθηση. Αν υπάρχουν ακόμα κάποιοι που θεωρούν ότι μπορούν να αντεπεξέλθουν σε μια μεγάλη κρίση κρυπτόμενοι, υπεκφεύγοντας, λέγοντας μισές (ή και καθόλου) αλήθειες, ποντάροντας σε ισορροπίες ισχύος και σε υποτιθέμενες διασυνδέσεις ή θεωρώντας ότι το κοινό έχει «κοντή» μνήμη, καλό είναι να αντιμετωπίσουν κατάματα την πραγματικότητα. Ο κόσμος αλλάζει με ταχύτητες φωτός και τα «παλιά κόλπα» που ευαγγελίζονται διάφοροι, όχι απλά δεν δουλεύουν, αλλά θα

αποδειχθούν καταστροφικά για τη φήμη που υποτίθεται ότι καλούνται να προστατεύσουν.

Ποια είναι η σημασία της ψηφιακής επικοινωνίας στο χώρο των PR και πώς έχει αλλάξει ο τρόπος που αλληλεπιδρούν οι εταιρείες με το κοινό τους; Μετά την επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού το 2020, το PR στην Ελλάδα έγινε πιο «ψηφιακό»;

Ειρήνη Σουράνη: Αναμφίβολα. Η Επικοινωνία έχει μπει στην εποχή της 4ης Βιομηχανικής Επανάστασης. Και αυτό συμβαίνει όχι μόνον επειδή δεν μπορούσε να γίνει αλλιώς, αλλά διότι καθημερινά ανακαλύπτουμε νέους δρόμους, νέες δυνατότητες και κυρίως νέες προοπτικές. Αυτό μας κάνει να λέμε ότι έχουμε υπερβεί τα όρια του ψηφιακού μετασχηματισμού και φτάνουμε στην πλήρη ψηφιακή αναδιάρθρωση και αναδιάταξη της Επικοινωνίας. Όμως, ας μη γελιόμαστε. Όσα ψηφιακά εργαλεία κι αν χρησιμοποιούμε, όσο και αν η Τεχνητή Νοημοσύνη αλλάζει τα δεδομένα, η Επικοινωνία θα είναι πάντα μια διαδικασία ανθρωποκεντρική. Γι αυτό και δεν αρκεί μόνον η ευφυΐα, αλλά χρειάζεται και ενσυναίσθηση, αυτό που λέμε *intellemo* (*intelligent+emotional*), για να πετυχαίνουμε το στόχο μας: να περνάμε με επιτυχία και αποτελεσματικά τα μηνύματά των εταιρειών προς το κοινό τους.

Πώς αξιολογείτε τη σχέση των εταιρειών δημοσίων σχέσεων με τον κλάδο της διαφήμισης; Θεωρείτε ότι αυτές οι δύο δραστηριότητες είναι συμπληρωματικές ή ανταγωνιστικές;

Δημήτρης Ρούλιας: Είναι μάλλον απογοητευτικό το ότι εξακολουθούμε να κάνουμε αυτήν τη συζήτηση στη χώρα μας. Είμαστε αρκετοί οι συνάδελφοι, από τον Τομέα PR αλλά και από άλλους τομείς της ΕΔΕΕ, που εδώ και πολύ καιρό δεν έχουμε σταματήσει να λέμε και να γράφουμε ότι οι διαχωριστικές γραμμές στην Επικοινωνία αποτελούν παρελθόν. Έχουν σαρωθεί από την ψηφιακή τεχνολογική πραγματικότητα, από τις συνθήκες που διαμορφώνουν τα κοινωνικά δίκτυα, από την ήδη απτή επέλαση της Τεχνητής Νοημοσύνης. Προκύπτει βεβαίως το εύλογο ερώτημα: οι εξειδικεύσεις, δηλαδή, δεν έχουν νόημα; Προφανώς και έχουν, αλλά όχι ως περιχαρακωμένα σιλό επί μέρους μεθοδολογιών, δεξιοτήτων και επιχειρηματικών συμφερόντων, αλλά ως εναλλακτικά σημεία εκκίνησης, επικοινωνιακής προσέγγισης, στρατηγικής σκέψης, ανάπτυξης και διάχυσης επικοινωνιακών μηνυμάτων. Υπ' αυτή την έννοια

Όσα ψηφιακά εργαλεία κι αν χρησιμοποιούμε, η Επικοινωνία θα είναι πάντα μια διαδικασία ανθρωποκεντρική.

οι εξειδικεύσεις, όπως η κλασική Διαφήμιση και οι Δημόσιες Σχέσεις οφείλουν να συνυπάρχουν συμπληρωματικά, συνεργατικά, αρμονικά, για να εξυπηρετήσουν αποτελεσματικά ένα επικοινωνιακό ζητούμενο. Και πάντως όχι για να τσακώνονται στο παρασκήνιο του πελάτη για το ποιος θα απορροφήσει το μεγαλύτερο μέρος του budget.

Ας μου επιτραπεί δε η διαπίστωση ότι οι εταιρείες PR είναι πολύ περισσότερο συνειδητοποιημένες σε σχέση με την πραγματικότητα που έχει διαμορφωθεί, με αποτέλεσμα όλο και περισσότερο να αποκτούν στρατηγικό/καθοδηγητικό ρόλο στη διαμόρφωση του λεγόμενου «επικοινωνιακού μείγματος».

Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις Επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων στη σημερινή ψηφιακή εποχή;

Βασίλης Δασκαλόπουλος: Είμαστε ο κλάδος που ασχολήθηκε άμεσα με την έλευση των Μέσων ψηφιακής γενιάς εν τη γενέσει. Άλλωστε, να θυμίσω ότι ψηφιακά Μέσα και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης στηρίζονται στο αφήγημα, το περιεχόμενο, το μήνυμα που εξ αρχής αποτελεί την πεμπτούσια των Δημοσίων Σχέσεων. Κατανοήσαμε ως κλάδος την αναγκαιότητα της μετάβασης στο ψηφιακό περιβάλλον και υπήρξαμε θερμοί θιασώτες και πρεσβευτές της ψηφιακής Επικοινωνίας. Πρόκληση είναι η ρευστότητα των Μέσων, ειδικά στο περιβάλλον των social, λόγω των νέων πλατφορμών που διαρκώς εξελίσσονται και των αντίστοιχων influencers. Άλλη μια πρόκληση είναι ο ανταγωνισμός εν γένει στην αγορά, όπου υπάρχει μια «διάθλαση» του φάσματος υπηρεσιών, μια σύγχυση - εκεί, ως κλάδος, οφείλουμε να ενημερώσουμε πληρέστερα την αγορά για τη δική μας προστιθέμενη αξία. Τέλος, μια ακόμη θετική πρόκληση του διαρκώς μεταβαλλόμενου,



εξελισσόμενου ψηφιακού περιβάλλοντος είναι ότι η τεχνολογική καινοτομία απαιτεί αντιστοίχως καινοτόμο περιεχόμενο, δημιουργική σκέψη και στρατηγική - ένα πεδίο κατ' εξοχήν προνομακό για τις εταιρείες μας.

Πώς μετράτε την αποτελεσματικότητα των καμπανιών PR και ποια είναι τα κριτήρια επιτυχίας που χρησιμοποιείτε;

Βασίλης Δασκαλόπουλος: Από τα παραδοσιακά KPIs της δημοσιότητας έχουμε περάσει σε ένα πολύ πιο μετρήσιμο περιβάλλον εργασίας, που μας παρέχουν οι περισσότερες διαθέσιμες ψηφιακές πλατφόρμες. Κριτήρια παραμένουν η προσέγγιση των κοινών με τα μηνύματά μας (reach), η σύμπλεξη/σύζευξη (engagement), η οργανική κάλυψη, οι κυκλοφορίες και η αναγνωσιμότητα, η κάλυψη των μηνυμάτων με ποιοτικά και ποσοτικά χαρακτηριστικά. Ζούμε στην εποχή της μετρήσιμης αποτελεσματικότητας για κάθε ενέργεια, και αυτό είναι κάτι που δίνει την ευκαιρία σε εταιρείες του κλάδου να ξεχωρίσουν.

Ποιες είναι οι προοπτικές και οι τάσεις που προβλέπετε για τον τομέα των δημοσίων σχέσεων στο μέλλον;

Γιώργος Λιμπέρης: Όπως είναι λογικό, προβλέψεις για τις προοπτικές και την εξέλιξη του τομέα των Δημοσίων Σχέσεων μέσα σ' έναν κόσμο που συνεχώς αλλάζει, με ελάχιστες σταθερές,

είναι πολύ δύσκολο έως και αδύνατο να κάνει κανείς. Αυτό που μπορούμε και πρέπει να κάνουμε ως επαγγελματίες της Επικοινωνίας, είναι το περιεχόμενο που επικοινωνούμε για τους πελάτες μας να έχει ουσία, να είναι αυθεντικό και με ενσυναίσθηση του περιβάλλοντος και των συνθηκών που βιώνουμε καθημερινά. Τα δεδομένα που έχουμε στα χέρια μας και αξιολογούμε καθημερινά προσαρμόζουν τις τακτικές μας και οξύνουν την ευελιξία και την προσαρμοστικότητά μας. Αυτά θεωρώ ότι είναι αναγκαίες δεξιότητες για κάθε εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων που έχει ένα μακροχρόνιο πλάνο δράσης.

Σε παγκόσμιο επίπεδο και ενώ η Τεχνητή Νοημοσύνη αναπτύσσεται ραγδαία με διάφορες εφαρμογές και στον δικό μας κλάδο, η καινοτομία μοιάζει να είναι ένα ζητούμενο από όλους, εταιρείες και πελάτες, με τα σύγχρονα εργαλεία να την κάνουν ακόμα περισσότερο εφικτή.

Την ίδια ώρα, ένα στοιχείο που αναδεικνύεται ακόμα περισσότερο είναι η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη, στοιχείο που αξιολογούν πολύ ψηλά πλέον και οι πελάτες, επιβραβεύοντας τα brands που δείχνουν την ενεργή συμμετοχή τους στα κοινά με πράξεις που φτάνουν ακόμα και στη συμμόρφωση της παραγωγικής τους διαδικασίας στα δεδομένα του σήμερα και στα ζητούμενα του αύριο.

Ξεκινήσαμε τη θητεία της νέας Διοικούσας Επιτροπής του Τομέα PR της Ένωσής μας με τη φιλοδοξία να ενισχύσουμε σημαντικά την εξωστρέφεια και την αναγνωρισιμότητα του κλάδου μας.

Πώς συμβάλλουν οι εταιρείες επικοινωνίας και δημοσίων σχέσεων στη διαμόρφωση της κοινής γνώμης και της πολιτικής στην Ελλάδα;

Γιώργος Λιμπέρης: Τα social media έχουν αλλάξει πλήρως τους κανόνες του παιχνιδιού. Παρακολουθήσαμε πρόσφατα έναν νέο άνθρωπο πρωτοεμφανιζόμενο στην πολιτική σκηνή να κατακτά την ηγεσία ενός κόμματος μέσα σε διάστημα τεσσάρων εβδομάδων με μια καμπάνια που βασίστηκε σχεδόν αποκλειστικά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αυτό δεν έχει ξανασυμβεί, ούτε μπορούσαμε να το διανοηθούμε πριν από λίγα χρόνια. Ωστόσο, εξακολουθώ να πιστεύω στη βασική αρχή ότι για να χτιστεί ένα brand με γερά θεμέλια και αντοχή στο χρόνο, δεν αρκεί η καλή επικοινωνία, χρειάζεται περιεχόμενο και ένα ουσιαστικό αφήγημα που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και τις προσδοκίες της κοινωνίας, είτε αυτό αφορά ένα πρόσωπο είτε εταιρεία ή προϊόν. Η δική μας δουλειά είναι να αναδειξουμε αυτό το περιεχόμενο με τρόπο πειστικό, που θα ανταποκρίνεται στα σημερινά δεδομένα. Η κοινωνία μας σήμερα είναι κουρασμένη και απογοητευμένη και αναζητά το καινούργιο και το διαφορετικό. Αυτό δεν αφορά μόνο την πολιτική, αλλά και τα brands και τις εταιρείες. Το μήνυμα αυτό οφείλουμε να το περάσουμε στους πελάτες μας και να διαμορφώσουμε μαζί τους τον επικοινωνιακό τους σχεδιασμό ανάλογα.

Ποιες συμβουλές θα δίνετε σε νέους επαγγελματίες που θέλουν να εισέλθουν στο χώρο των δημοσίων σχέσεων;

Ελένη Σουράνη: Θα τους έλεγα ότι πέρα από τις σημαντικές γνώσεις που έχουν από τα πανεπιστήμιά τους, τα λεγόμενα hard skills τους, χρειάζεται να αναπτύξουν και τα soft skills τους. Να εκπαιδευτούν στην ευελιξία και την

προσαρμοστικότητα. Να προπονήσουν τον εαυτό τους στη θετική προσέγγιση στα πράγματα και τον προσανατολισμό στη λύση και όχι στο πρόβλημα. Να οξύνουν διαρκώς την περιέργειά τους και να τροφοδοτούν την αγάπη τους για το καινούργιο. Διότι η επικοινωνία δεν είναι μόνο ικανότητα και γνώση, αλλά μια διαρκής προσπάθεια εξέλιξης και βελτίωσης. Υπάρχει ένας όρος που πρόσφατα δημιουργήσαμε και αρχίσαμε να χρησιμοποιούμε, η «μη τυπική αριστεία». Είναι μια προσέγγιση αναζήτησης και απελευθέρωσης του κρυμμένου ταλέντου, που μπορεί να δημιουργήσει νέες δυναμικές στον καθέναν μας εσωτερικά, στις ομάδες μας, αλλά τελικά και στην κοινωνία. Μια προσέγγιση συμπεριληπτική, αποκαλυπτική για τις δυνατότητες που έχουν ή μπορούν να αναπτύξουν οι άνθρωποι και τελικά απελευθερωτική. Ζούμε σε μια εποχή που όλοι περιμένουμε ιδέες «έξω από τα κουτιά», γι' αυτό και πιστεύω ότι δεν πρέπει να περιορίζουμε το ταλέντο στα τυπικά κουτιά, αλλά να βγούμε έξω από αυτά, να υπερβούμε τα εσωτερικά και εξωτερικά εμπόδια και να πετύχουμε στόχους που δεν είχαμε καν φανταστεί. Αυτό καλώς να κάνουν τα νέα παιδιά που θέλουν να μπουν στο χώρο. Η αγορά μας διψά για το ταλέντο τους και την αριστεία τους, την τυπική αλλά και τη «μη τυπική».

Πώς θα μπορούσε να βελτιωθεί η εικόνα του κλάδου των δημοσίων σχέσεων στην Ελλάδα; Πώς θα ενισχύσετε τη συνεργασία μεταξύ των μελών της ένωσης; Πώς θα προωθήσετε την επαγγελματική ανάπτυξη των επαγγελματιών των δημοσίων σχέσεων; Πώς θα συμβάλετε στην προώθηση των δημοσίων σχέσεων ως βασικής στρατηγικής επικοινωνίας για τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς;

Δημήτρης Ρούλιας: Ξεκινήσαμε τη θητεία της νέας Διοικούσας Επιτροπής του Τομέα PR της Ένωσής μας με τη φιλοδοξία να ενισχύσουμε σημαντικά την εξωστρέφεια και την αναγνωρισιμότητα του κλάδου μας. Η προτεραιότητα αυτή συνδυάζεται με την ανάγκη μας να προσεγγίσουμε αποτελεσματικά τους ταλαντούχους ανθρώπους που θα αποτελέσουν το νέο αίμα των εταιρειών μας και θα εμπλουτίσουν με γνώσεις, ικανότητες, ενθουσιασμό και φαντασία τις υπηρεσίες μας.

Προς αυτές τις κατευθύνσεις θα δημοσιοποιήσουμε στο αμέσως επόμενο διάστημα μια σειρά από πρωτοβουλίες. Αυτό που μπορούμε ήδη να προαναγγείλουμε, είναι η διεξαγωγή του PR Masterclass Series - μια μετεξέλιξη του πολύ



επιτυχημένου PR Specialist Course, που «έτρεξε» με μεγάλη συμμετοχή και ανταπόκριση για αρκετά χρόνια στο παρελθόν. Το PR Masterclass Series απευθύνεται στους νέους συναδέλφους μας, αυτούς που βρίσκονται στο επάγγελμά μας το πολύ για 1-2 χρόνια. Είναι ένας τρόπος να τους «υποδεχτούμε» σωστά, να τους δείξουμε τις τάσεις και τις εξελίξεις στον κλάδο μας, να τους βοηθήσουμε να κατανοήσουν τις πρακτικές διαστάσεις της δουλειάς μας, αλλά και να μοιραστούμε μαζί τους τον ενθουσιασμό και τη διάθεσή μας για δημιουργικότητα και καινοτομία. Δίνουμε μεγάλη σημασία σ' αυτό το πρόγραμμα και έχουμε δεσμευτεί, οι επικεφαλής των εταιρειών του τομέα μας, να συμμετάσχουμε προσωπικά στην υλοποίησή του. Οι λεπτομέρειες θα γίνουν γνωστές πολύ σύντομα.

Πώς θα αντιμετωπίσετε τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο κλάδος των δημοσίων σχέσεων στην Ελλάδα, όπως η ψηφιακή μετάβαση και η αυξανόμενη ανταγωνιστικότητα;

Γιώργος Λιμπέρης: Ο ανταγωνισμός ήταν πάντοτε οξύς στο χώρο της επικοινωνίας, άρα αυτό δεν αποτελεί κάτι το νέο, ούτε πρέπει να το αντιμετωπίζουμε ως απειλή. Ωστόσο, αυτό που πρέπει να εξασφαλίσουμε, είναι ότι ο ανταγωνισμός

διεξάγεται επί ίσοις όροις, πράγμα που δυστυχώς δεν ισχύει πάντα, ιδιαίτερα σε δουλειές του δημοσίου. Από την άλλη πλευρά, ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι πράγματι μια μεγάλη πρόκληση, με την έννοια κυρίως της μεγάλης ευκαιρίας για τον κλάδο. Η τεχνητή νοημοσύνη, που αναπτύσσεται με απίστευτους ρυθμούς, μας παρέχει σήμερα εργαλεία που οφείλουμε να αξιοποιήσουμε. Σε λίγο καιρό, οι αρμοδιότητες και η καθημερινότητα των στελεχών μιας εταιρείας Επικοινωνίας δεν θα θυμίζουν σε τίποτε αυτά που έχουμε συνηθίσει. Μπορούμε να πολλαπλασιάσουμε τις δυνατότητες των ανθρώπων μας, να τους απαλλάξουμε από δουλειές ρουτίνας και να τους δώσουμε τη δυνατότητα να ασχοληθούν με πιο δημιουργικές δουλειές με πιο παραγωγικό τρόπο. Αυτό προϋποθέτει να επενδύσουμε σοβαρά στην εκπαίδευση και στις σύγχρονες δεξιότητες των ανθρώπων μας αλλά και στον απαραίτητο τεχνολογικό εξοπλισμό. Βέβαια, όπως κάθε νέα τεχνολογία, χρειάζεται προσοχή και επαγρύπνηση. Η τεχνητή νοημοσύνη πολλαπλασιάζει τις δυνατότητες παραγωγής fake news, όπως, για παράδειγμα, με τη δημιουργία πλαστών εικόνων ή βίντεο που είναι αδύνατο να ξεχωρίσεις από την πραγματικότητα. Οφείλουμε να εξοπλιστούμε με τα εργαλεία που θα μας επιτρέψουν να αντιμετωπίσουμε αποτελεσματικά αυτήν τη σημαντική απειλή για τους πελάτες μας, αλλά και για την κοινωνία στο σύνολό της.



aip

ΣΗΜΑΙ

ΝΕΙ

Επικοινωνία είναι η δύναμη που μπορεί να αλλάξει τον κόσμο. Είμαστε εδώ για να διαμορφώσουμε το μέλλον μαζί.

ΔΥΝΑ

ΜΗ.

Είμαστε δύναμη που **αλλάζει, δημιουργεί** και **επηρεάζει** τον κόσμο γύρω μας. Οι αξίες μας είναι ο πυρήνας της ταυτότητάς μας. Ειλικρίνεια. Αυθεντικότητα. Εξειδίκευση. Καινοτομία. Αφοσίωση. Σκοπός μας είναι να **αλλάξουμε** τον κόσμο. Να **διαμορφώσουμε** τη ροή του και να **εμπνεύσουμε** άλλους να κάνουν το ίδιο. Δεν είμαστε περιορισμένοι από τα σύνορα του συνηθισμένου, αλλά εξερευνούμε τα όρια του **απίθανου**. Ενώνουμε τη **διαφορετικότητα** σε μια ενιαία συμφωνία. **Ανθίζουμε** σε κάθε περιβάλλον. Εμπνεόμαστε από το **απεριόριστο**, ως πηγή δύναμης. Δεν μένουμε στην απλή αφήγηση. **Χρησιμοποιούμε** τη δύναμη των δεδομένων και των ισχυρών εικόνων για να **μεταφέρουμε** μηνύματα. **Ακυρώνουμε** τον θόρυβο της καθημερινότητας. Εργαλείο μας η τέχνη της επικοινωνίας. Γιατί **η επικοινωνία είναι τέχνη**. Και, όπως κάθε τέχνη, μπορεί να μελετηθεί, να βελτιωθεί, να αναλυθεί, να παρακολουθηθεί, να μετρηθεί και να εξελιχθεί σε **αριστούργημα**. Συνεργαζόμαστε με τους πελάτες μας για να διεκδικήσουν τη θέση τους στον κόσμο, συνδέοντας τις ιδέες, τις αξίες και τους στόχους τους με την πραγματικότητα γύρω τους.

Αυτή είναι η δέσμευσή μας.
Αυτή είναι η δύναμή μας.

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ aia relate

ΟΝΟΜΑ
 aia relate

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
 Ακαδημίας 4, Αθήνα 10671

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
 210 7418900

E-MAIL
 aea@aea.gr

URL
 www.aea.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
 Νάνση Σουρμπάτη, Vice President & CEO

Μαρίνα Νικολάου, Group Account Director

IDEAS ARE SOLUTIONS



Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων;

Η τάχιστη ενημέρωση και διάδοση πληροφοριών μέσω ψηφιακών μέσων έχει αλλάξει τα δεδομένα στον τομέα της επικοινωνίας, πολλαπλασιάζοντας τις ενέργειες των εταιρειών, ώστε να υπάρχει συνεχής επικοινωνία και παρουσία στο κοινό, αλλά ταυτόχρονα δημιουργώντας το κατάλληλο περιβάλλον να παρουσιαστούν οι αξίες και οι καινοτομίες των πελατών μας. Οι καταναλωτές αναζητούν διαρκώς επιχειρήματα για να μείνουν πιστοί στις προτιμήσεις τους, όπως επίσης και κοινά σημεία επαφής και ταύτιση με την εκάστοτε εταιρική ταυτότητα, και όχι στημένο, απρόσωπο περιεχόμενο. Αυτό επιτυγχάνεται μέσω της αυθεντικότητας και της συνεχούς μελέτης των αναγκών της κοινωνίας και αποκτώντας τεχνογνωσία των εκσυγχρονισμένων μέσων επικοινωνίας. Επίσης, ένας πολύ σημαντικός παράγοντας

που επηρεάζει την επικοινωνιακή στρατηγική, είναι τα πολιτικοκοινωνικά ζητήματα, τόσο σε τοπικό όσο και διεθνές πλαίσιο. Πρέπει να λαμβάνεται υπόψη το σωστό «timing» επικοινωνίας, για να έχει απήχηση και ανταπόκριση από το κοινό.

Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα, τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

Η υπερπληροφόρηση και ο αυτοματισμός μέσα από το ψηφιακό περιβάλλον χαρακτηρίζει τη σημερινή εποχή και απαιτεί εγρήγορση και άμεση προσαρμογή στις νέες τάσεις επικοινωνίας που προκύπτουν. Η συνεχής ενημέρωση και μελέτη των μετατροπών και τάσεων της κοινωνίας είναι απαραίτητη για τη δημιουργία επικοινωνιακού υλικού και περιεχομένου. Είναι λογικό τα περισσότερα brands να θέλουν να έχουν παρουσία σε όσα περισσότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν τη δυνατότητα, ωστόσο δεν αρκεί μόνο να ακολουθήσει κανείς μια «τάση». Η ουσία είναι να καταφέρει ο επαγγελματίας να κατανοήσει τη λειτουργία των νέων μέσων και να δημιουργεί content και υλικό ενημέρωσης που εξυπηρετεί τη λογική λειτουργίας του μέσου καθώς και το κοινό που το υποστηρίζει. Στόχος είναι να παραμένει προτεραιότητα ο «εξανθρωπισμός» των brands.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR; Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Το Ideas Are Solutions αποτελεί τη βασική τοποθέτηση της Gravity The Newtons. Οι φρέσκες και «out of the box» ιδέες ανάλογα με το εκάστοτε project και την ταυτότητα του πελάτη, είναι που κάνουν τη διαφορά και κεντρίζουν το ενδιαφέρον του κοινού. Φυσικά, είναι απαραίτητη και η τεχνογνωσία και η εμπειρία του να μεταδοθεί η ιδέα αυτή που θα προκύψει με αποτελεσματικό τρόπο στο σύγχρονο digital και social περιβάλλον. Στο σήμερα, η εταιρική επικοινωνία, για να φέρει το επιθυμητό αποτέλεσμα και να «μιλήσει» στο κοινό, οφείλει να είναι ευέλικτη, να ανανεώνεται συνεχώς, να πειραματίζεται με τα νέα δεδομένα και να απευθύνεται στον άνθρωπο. Η εταιρεία που ξεχωρίζει είναι εκείνη που έχει επιλέξει τους

κατάλληλους συνεργάτες για να την καθοδηγούν και να την συμβουλεύουν στον εκάστοτε τομέα. Δεν υπάρχει ειδικό εγχειρίδιο επιτυχίας, κάθε εταιρεία είναι ξεχωριστή και χρειάζεται διαφορετική στρατηγική και επικοινωνιακή προσέγγιση για να πετύχει τον στόχο της.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

Κάθε συνεργασία, είτε αφορά μια ολοκληρωμένη υπηρεσία είτε ένα ad-hoc project, απαιτεί το 100% των δυνατοτήτων μας, ανταποκρινόμενοι με την ίδια ποιότητα υπηρεσιών και ένταση. Με τους πελάτες μας έχουμε άριστη συνεργασία, και αυτό είναι φανερό από τα συνεχή επιτυχή αποτελέσματα που προκύπτουν. Κάθε επικοινωνιακή ενέργεια, τόσο στο corporate όσο και στο brand portfolio, είναι μοναδική και εξίσου σημαντική, καθώς πάντοτε αποτελούν ένα προοδευτικό βήμα τόσο για τον πελάτη - συνεργάτη όσο και για την ομάδα της Gravity The Newtons. Η δημιουργικότητα, η πρωτοτυπία και η αποτελεσματικότητα δεν μας δίνουν το περιθώριο να μπορέσουμε να ξεχωρίσουμε συνεργασίες, καθώς για μας στόχος είναι ό,τι αναλαμβάνουμε να έχει ένα κομμάτι της ταυτότητάς μας και της τόλμης μας, κάνοντας κάθε project ξεχωριστό.

CONTACT DETAILS

ONOMA

Gravity the Newtons

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Εθνικής Αντιστάσεως 95, Νέο Ψυχικό 15451

ΤΗΛ

211 1060100

E-MAIL

info@gravitythenewtons.gr

URL

www.gravitythenewtons.gr/

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Μυρσίνη Μαρούλη, Account Director

Κώστας Νοδάρας, Managing Director Oneteam

«Ας μιλήσουμε για αποτελέσματα!»



Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων;

Σε μια εποχή που οι κρίσεις είναι πολλαπλές και οι προκλήσεις και οι απαιτήσεις του κλάδου διαρκώς αυξάνονται, η ανάγκη για σχέσεις στρατηγικής συνεργασίας και εμπιστοσύνης είναι πιο επιτακτική από ποτέ. Οι επαγγελματίες της επικοινωνίας πρέπει να είναι αξιόπιστοι και να παρέχουν ακριβείς και έγκυρες πληροφορίες στα εμπλεκόμενα κοινά, ώστε να συνάπτουν σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης. Τρεις είναι οι κύριοι άξονες στους οποίους πρέπει να επικεντρώνεται μια σύγχρονη εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων: Αξιοπιστία, Ειλικρίνεια και Ηθική. Εξάλλου, το σημερινό καταναλωτικό κοινό δίνει μεγάλη σημασία σε αυτές τις έννοιες, καθώς εξελίσσεται σήμερα μια ραγδαία μετατόπιση της καταναλωτικής προτίμησης προς brands τα οποία λειτουργούν απαρέγκλιτα σε ένα ηθικό πλαίσιο. Η σημερινή Gen

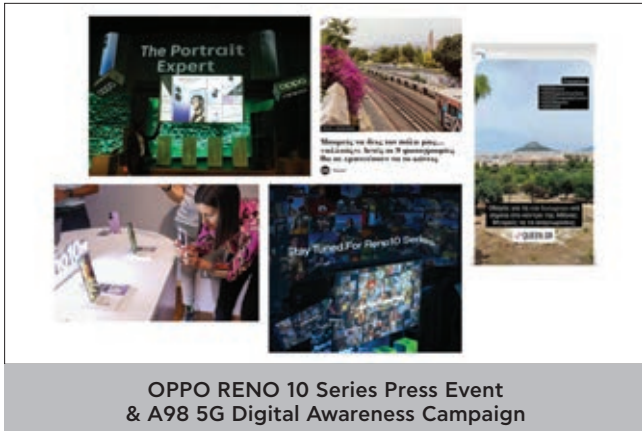
Z έχει μεγαλώσει σε μια εποχή όπου τα κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα έχουν γίνει ολοένα και πιο σημαντικά, γι' αυτό και δίνει ιδιαίτερο βάρος σε ζητήματα κοινωνικής και περιβαλλοντικής αντίληψης και πρακτικής ενός brand. Παράλληλα με τις προβλέψεις ότι η Gen Z θα γίνει η κύρια αγοραστική δύναμη σε λίγα χρόνια, διεθνή πρότυπα οδηγούν τις εξελίξεις του χώρου της Επικοινωνίας στο να αναπροσαρμόσουν τις στρατηγικές τους, υιοθετώντας νέες πρακτικές και επιλέγοντας, μεταξύ άλλων, σύγχρονα κανάλια επικοινωνίας. Η προσαρμογή στη νέα πραγματικότητα απαιτείται προκειμένου να παραμείνουν βιώσιμοι οι ίδιοι οι σύμβουλοι επικοινωνίας και να οδηγήσουν σε αειφόρο ανάπτυξη τους πελάτες τους.

Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα, τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

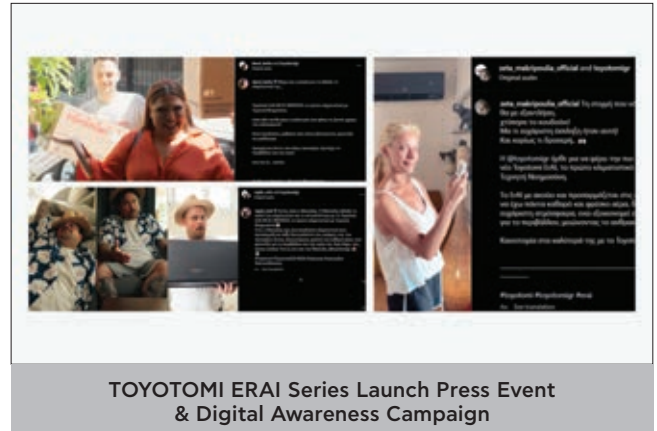
Αδιαμφισβήτητο, το hot topic σήμερα είναι η αξιοποίηση σύγχρονων εργαλείων, συμπεριλαμβανομένης και της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI). Η αξιοποίηση της τεχνολογίας σήμερα αποτελεί έναν από τους πιο ελκυστικούς τομείς που αναδύθηκαν τα τελευταία χρόνια, καθώς η χρήση αλγορίθμων βοηθά στην ανάλυση των δεδομένων, παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες για τη συμπεριφορά, τις διαθέσεις, την κουλτούρα κ.λπ. των κοινωνικών εταίρων. Βέβαια, δεν πρέπει



Συνεργασίες με μεγάλες εταιρείες στον τομέα της Ενέργειας και του Περιβάλλοντος: Strategic Communications, Stakeholders Engagement, Crisis Management & Local Communities



OPPO RENO 10 Series Press Event & A98 5G Digital Awareness Campaign



TOYOTOMI ERAI Series Launch Press Event & Digital Awareness Campaign

να παραλειφθούν και οι κίνδυνοι που ελλοχεύουν από τη χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης, τόσο για τη κοινωνία συνολικά, όσο βέβαια και για τον κλάδο μας. Ενδεικτικά και μόνο αναφέρω τον κίνδυνο γιγάντωσης του σύγχρονου φαινομένου των «fake news», την αντικατάσταση στελεχών από τη δημιουργία κειμένων και εικόνων κ.λπ. Την ίδια στιγμή, η πρόοδος της τεχνολογίας και η γιγάντωση των social media έχουν δημιουργήσει νέες τάσεις, οι οποίες είναι ιδιαίτερα δημοφιλείς για το ευρύτερο κοινό και σε πολλές των περιπτώσεων μονόδρομος επικοινωνίας για την Gen Z και τους Millennials. Ένα μεγάλο μέρος των content creators έχει μετατοπιστεί από το Instagram στο TikTok, καθώς όχι μόνο καθιστά εύκολη την παραγωγή βίντεο από τους δημιουργούς περιεχομένου, αλλά και χάρη στη χρήση του AI, το περιεχόμενο μπορεί να φτάσει σε περισσότερους χρήστες της πλατφόρμας σε σχέση με άλλα social media. Το μεγάλο «φιλολογικό» και μόνο ερώτημα είναι αν το TikTok ήρθε για να μείνει ή αν θα εξαφανιστεί/μειωθεί, όπως άλλες πλατφόρμες, όπως για παράδειγμα το Vine.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR; Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Η φιλοσοφία της OneTeam όλα αυτά τα 19 χρόνια λειτουργίας της συμπυκνώνεται σε μία φράση: «Ας μιλήσουμε για αποτελέσματα!» απτά και μετρήσιμα. Ως εταιρεία στο χώρο της Επικοινωνίας, προσφέρουμε υπηρεσίες οι οποίες εστιάζουν σε πολύ συγκεκριμένα δεδομένα και παραμέτρους τις οποίες λαμβάνουμε σοβαρά υπόψη, για να διαμορφώσουμε τη μεθοδολογία, τις στρατηγικές και τις τακτικές που προτείνουμε στους πελάτες μας. Η ομάδα μας απαρτίζεται από στελέχη με μεγάλη πείρα και γνώση από διαφορετικούς κλάδους, ενώ παράλληλα υποστηρίζεται από αξιόλογα πρόσωπα νεαρής ηλικίας με ενθουσιασμό,

όραμα, θέληση και ομαδικό πνεύμα που μπορούν να ανταποκριθούν στα σύγχρονα «θέλω» των αναγκών του κάθε πελάτη. Συνειδητά λειτουργούμε ως μια «ευέλικτη» ομάδα, η οποία λειτουργεί στο πρότυπο πολυεθνικών ομίλων, χωρίς όμως τη βραδύτητα και τον απρόσωπο χαρακτήρα αυτών.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και projects που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

Όλα αυτά τα χρόνια μέχρι και σήμερα έχουμε την τιμή να συνεργαζόμαστε με μεγάλα «ονόματα» της αγοράς στο χώρο της τεχνολογίας, της ενέργειας, των FMCGs, καθώς επίσης και να συμμετέχουμε με ουσιαστικό ρόλο σε κάποια από τα μεγαλύτερα έργα υποδομών που εκτελούνται στη χώρα μας, αλλά και το εξωτερικό. Ορισμένοι από τους σημαντικότερους οργανισμούς και επιχειρήσεις, ελληνικές και πολυεθνικές, μας έχουν τιμήσει με την εμπιστοσύνη τους, και εμείς από την πλευρά μας νιώθουμε υπερήφανοι γιατί έχουμε δημιουργήσει άκρως επιτυχημένες, και -κυρίως- αποτελεσματικές καμπάνιες.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ

Onetteam

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Λεωφόρος Μεσογείων 123Α & Κριμαίας 1

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 7259500

E-MAIL

kpatrikarakou@worldoneteam.com

URL

<https://worldoneteam.com/>

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Κατερίνα Πατρικαράκου, Business Development & Account Director

Βιβή Ασημακοπούλου, Founder
Γιώργος Κεδικίδης, COO

Επικεντρωνόμαστε στο αποτέλεσμα με άξονα τη στρατηγική



Βιβή Ασημακοπούλου

Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων;

Βιβή Ασημακοπούλου: Οφείλουμε να αφιερώνουμε περισσότερο χρόνο στην κατανόηση του περιβάλλοντος και του ανταγωνισμού ενός brand και στη συνέχεια να χαράσσουμε τη στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων. Ταυτόχρονα, πρέπει να εστιάσουμε στα του οίκου μας. Οι επαγγελματίες του κλάδου μειώνονται και τις θέσεις καλύπτουν εργαζόμενοι με χαμηλότερη εξειδίκευση και εμπειρία. Χρειάζεται, λοιπόν, να προστατέψουμε τον κλάδο μας με εξειδικευμένα στελέχη, ανεξάρτητα από το κόστος. Αν δεν επαναφέρουμε το δικό μας περιβάλλον στο επίπεδο που είχε προ κρίσης δεν θα μπορέσουμε να δώσουμε σε εταιρείες και brand όσα χρειάζονται σε ένα δυναμικό περιβάλλον. Στην OWL Communications αυτό πράττουμε συνειδητά.

Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

Βιβή Ασημακοπούλου: Το παραδοσιακό PR πλαισιώνεται από το digital. Τόσο το Influencer



Γιώργος Κεδικίδης

Marketing όσο και η ανάγκη να λειτουργήσει ένα agency με κανόνες SEO, είναι μερικά μόνο από τα στοιχεία που συμπληρώνουν τη δουλειά μας τα τελευταία χρόνια. Νέα εργαλεία όπως το AI μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να παρακολουθήσουμε το sentiment και να κάνουμε χρήσιμες αλλαγές σε μια καμπάνια Δημοσίων Σχέσεων, με δεδομένα που μπορούν να αποτρέψουν πιθανές κρίσεις. Παράλληλα, καθώς ο κόσμος «μικραίνει», απαιτείται ένας συνδυασμός ενσυναίσθησης, συμπερίληψης και απλοποίησης των μηνυμάτων.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR;

Γιώργος Κεδικίδης: Ως στέλεχος με μακρά πείρα σε PR και Επικοινωνία, θεωρώ ότι το PR λειτουργεί ως στρατηγικός εταίρος των λοιπών επικοινωνιακών δράσεων μιας εταιρείας ή ενός brand και μόνο έτσι υπηρετεί τον αρχικό του σκοπό, που δεν είναι άλλος από το χτίσιμο μακροπρόθεσμων σχέσεων με το σύνολο των stakeholders, με συνεπακόλουθο την ουσιαστική διατήρηση της φήμης. Στην OWL Communications επιμένουμε στη διατήρηση των στοιχειωδών κανόνων PR. Υποστηρίζουμε, για

HOME > ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ/MARKET > Market news

Market news / Η OnePlus παρουσιάζει τα flagship smartphone της σειράς OnePlus 9 και το OnePlus Watch

Η σειρά προσφέρει κορυφαία εμπειρία κάμερας smartphone με το προηγμένο σύστημα κάμερας «Hasselblad Κάμερα για Κινητά».



The LIFO team

Andro—

Business

Γιάννης Δοξαράς: «Η εμπειρία μας στα 10 χρόνια της Warply, μας κάνει μοναδικούς στον κόσμο»

Ο ιδρυτής και διευθύνων σύμβουλος της Warply φωτογραφίζεται για το Andro και κάνει στον Πάτρο Δεμερτζή μια αναδρομή στα 10 χρόνια επιχειρηματικής δράσης της εταιρίας με προβλεψίματα στο μέλλον. Το μεγάλο project για τον ελληνικό τεχνολογικό «απ'έξω», αλλά και οι προσωπικές θυσίες, με 4 ήρα άσκησης δουλειάς.



παράδειγμα, τη στρατηγική σημασία των Press Events στα launches αλλά και τα τακτικά 1-to-1 Media meetings. Παρά τις περικοπές στα budget, η συμβουλευτική μας κατεύθυνση προς τους πελάτες είναι η τήρηση των κανόνων, ώστε το PR να φέρει τα επιθυμητά αποτελέσματα. Κάνοντας χρήση ακόμα πιο απλοϊκών παραδειγμάτων, επισημαίνω ότι αποτρέπουμε τους πελάτες μας από την προσθήκη περιθωριακών media στις λίστες ή τη χρήση δελτίων Τύπου όταν απευθύνονται σε άλλους stakeholders πλην των δημοσιογραφικών κοινών.

Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Γιώργος Κεδικίδης: Η προσωποποιημένη επικοινωνία, η βεβαιότητα για το αποτέλεσμα και οι συχνές εσωτερικές αξιολογήσεις σε ποιότητα και ποσότητα αποτελεσμάτων, ώστε να δούμε πώς μπορεί να βελτιωθεί η εικόνα ενός brand ή μιας εταιρείας. Είμαστε στελέχη με μακρά πείρα στο χώρο και θεωρούμε ότι η εμπιστοσύνη είναι ένας επιπλέον παράγοντας, πέρα από τις βασικές εργασιακές απαιτήσεις που μπορεί να έχει ένας πελάτης και τις οποίες με βεβαιότητα είμαστε σε θέση να καλύψουμε.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και Project που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

Βιβή Ασημακοπούλου: Η πολυετής μας συνεργασία

με την TCCM και η διαχείριση του brand Cat Phones αλλά και το λανσάρισμα των brands Meizu, Coolpad, One Plus, Motorola Defy, Land Rover ως αποτέλεσμα της συνεργασίας με την TCCM, ανήκουν στον πυρήνα της OWL Communications. Πολυετής είναι η συνεργασία μας με τη Warply, μια ελληνική εταιρεία, leader του loyalty διεθνώς. Στον τομέα της τεχνολογίας πλησιάζει τα δύο έτη και η συνεργασία μας με την πολυεθνική Logitech.

Φυσικά, τιμάμε τις συνεργασίες με τις μικρομεσαίες ελληνικές επιχειρήσεις στους κλάδους της ομορφιάς, της ένδυσης, του food and wine αλλά και εκείνες με την εγχώρια start-up κοινότητα. Μας διδάσκουν πολλά και βελτιώνουν και τη δική μας ευελιξία.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ

OWL COMMUNICATIONS

E-MAIL

vivi@owlcommunications.gr

URL

<http://owlcommunications.gr/>

INSTAGRAM

<https://instagram.com/owlcommunications>

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Βιβή Ασημακοπούλου, Founder

Κωνσταντίνος Λιμπέρης, Chief Operating Officer
Μαρίτα Καζαδέλλη, General Manager

Πρωταρχικός μας στόχος η εμπιστοσύνη και ο σεβασμός των πελατών μας



Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων;

Κωνσταντίνος Λιμπέρης: Η εποχή που διανύουμε είναι κατά κοινή ομολογία η εποχή όπου το περιεχόμενο χαρακτηρίζεται «βασιλιάς». Κι αυτό συμβαίνει γιατί το περιεχόμενο είναι αυτό που συνθέτει την ταυτότητα του κάθε brand και αναδεικνύει τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Άρα, στο περιεχόμενο πρέπει να δώσουμε το βάρος που του αναλογεί και να το φέρουμε «στα μέτρα» του brand και των αναγκών του. Φυσικά, στην προσπάθεια αυτή, η αλήθεια αυτού του περιεχομένου αποτελεί κριτήριο σημαντικό για την καλύτερη διεξόδυση του στα κοινά που μας ενδιαφέρουν. Γενικότερα και πέρα από αυτό, οι επαγγελματίες της Επικοινωνίας και οι εταιρείες του χώρου οφείλουν να είναι πάντα σε επαγρύπνηση, ώστε να μπορούν να ανταποκρίνονται με αμεσότητα και καθαρό μυαλό σε μη προγραμματισμένα ζητούμενα πελατών και σε καταστάσεις που χρήζουν γρήγορης και αποτελεσματικής αντιμετώπισης.

Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

Μαρίτα Καζαδέλλη: Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, η Τεχνολογία κάνει αισθητή την παρουσία της σε όλα τα επίπεδα και σε παγκόσμια κλίμακα, ακόμα και στο χώρο της Επικοινωνίας. Η χρήση της Τεχνητής Νοημοσύνης (AI) με ό,τι αυτή συνεπάγεται για τον κλάδο μας, ανατρέπει τα δεδομένα και δίνει λύσεις σε εργασίες που μέχρι πρότινος υλοποιούνταν από ανθρώπινο δυναμικό με κατάθεση χρόνου και πόρων. Έχοντας πλέον νέα εργαλεία στα χέρια μας, έχουμε τη δυνατότητα να ελιχθούμε και να αφιερώσουμε τις δυνάμεις μας σε δημιουργικά και παραγωγικά πράγματα για τους πελάτες, και όχι σε επαναλαμβανόμενες εργασίες ρουτίνας. Επιπλέον, κι ενώ το περιβάλλον όπου αναπτύσσονται οι επιχειρήσεις και οι συνθήκες στις οποίες ζούμε και εργαζόμαστε όλοι καθημερινά παραμένει ασταθές και απρόβλεπτο, μόνη λύση παραμένει η ενσυναίσθηση και η προσαρμοστικότητα μας σε νέα δεδομένα, με ταχύτητα, οξυδέρκεια και ένα ευέλικτο πλάνο ενεργειών.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR; Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Κωνσταντίνος Λιμπέρης: Θα σας απαντήσω στην ερώτηση, κάνοντας μια διαπίστωση η οποία (διαχρονικά) αποτελεί ένα ερώτημα σε σχέση με τη χρησιμότητα και την πρακτική εφαρμογή των





υπηρεσιών μας από τις εταιρείες και τους πελάτες μας... Πολλοί από αυτούς (περισσότερο στο παρελθόν απ' ό,τι σήμερα) είχαν μεγάλη δυσκολία να διακρίνουν τις ανάγκες που μπορεί να καλύψει μια εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων, γι' αυτό και χρειαζόταν μεγάλη προσπάθεια από τις εταιρείες για να εξηγήσουν και να περιγράψουν το ρόλο τους. Η Palladian Communication Specialists, με την πολύχρονη πλέον πείρα της (μετράει αισίως 22 συναπτά έτη στο χώρο της Επικοινωνίας), έχει αντιληφθεί ότι πρωταρχικό στόχο της αποτελεί πάντα να κερδίζει και να διατηρεί σε βάθος χρόνου την εμπιστοσύνη και το σεβασμό των πελατών της. Γι' αυτό εστιάζουμε την προσπάθειά μας στο να καλλιεργούμε σε καθημερινή βάση τις σχέσεις μας με τους πελάτες μας, να βρισκόμαστε δίπλα τους ανά πάσα στιγμή και να αναδεικνύουμε κάθε τι που πιστεύουμε ότι προσφέρει αξία και κύρος σε αυτούς. Παράλληλα, εστιάζοντας ιδιαίτερα στο κομμάτι της Διαχείρισης Κρίσεων, προτείνουμε εξειδικευμένα εργαλεία και τρόπους αντιμετώπισης, ώστε η έκθεσή τους σε κίνδυνο να είναι η μικρότερη δυνατή.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και projects που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

Μαρίτα Καζαδέλλη: Δύσκολα μπορεί να ξεχωρίσει κανείς κάποιες δουλειές και συνεργασίες σε σχέση με κάποιες άλλες, καθώς η καθεμιά έχει μια ξεχωριστή αξία και σημασία για την εταιρεία. Μια τέτοια λοιπόν, η οποία μάλιστα επαναλαμβάνεται κάθε χρονιά από το 2019 κι έχει καθιερωθεί ως ένας σημαντικός θεσμός της επιχειρηματικότητας, είναι η εκδήλωση των Επιχειρηματικών Βραβείων «Θαλής ο Μιλήσιος». Φέτος, η βασική θεματολογία των βραβείων ήταν η Καινοτομία σε διάφορους κλάδους της επιχειρηματικής ζωής, όπου επιβραβεύτηκαν ελληνικές εταιρείες οι οποίες, μέσα από τις πρωτοβουλίες, το έργο και τη δράση τους, αλλάζουν τα δεδομένα στον κλάδο τους και συμβάλλουν στην τεχνολογική πρόοδο και στο μετασχηματισμό της ελληνικής οικονομίας. Επειδή η συγκεκριμένη εκδήλωση αποτελεί μια αρκετά απαιτητική διοργάνωση, με πολλούς και διαφορετικούς

stakeholders, θα ήθελα, μ' αυτή την ευκαιρία, να ευχαριστήσω όλα τα μέλη της ομάδας της εταιρείας που εργάστηκαν σκληρά γι' αυτό το άρτιο αποτέλεσμα, την Κριτική μας Επιτροπή, που αποτελεί σταθερό αρωγό της προσπάθειάς μας και τις φετινές «καινοτόμες» εταιρείες που αναδείχθηκαν, η καθεμιά στον κλάδο της.

Επιπλέον, είμαστε πολύ υπερήφανοι που φέτος, σε συνεργασία με την DASC Branding, λάβαμε δύο διακρίσεις στα Tourism Awards 2023 για την πρόταση brand Γαστρονομικού Προορισμού για το νησί της Χίου ("Taste: like Chios!" - Gold award), αλλά και τη μελέτη destination branding για την πόλη της Καλαμάτας ("Kalamata, a city to live in!" - Silver award). Ειδικά για τη μελέτη της Χίου, η αναγνώριση λαμβάνει και μια διεθνή και επιστημονική διάσταση, καθώς επιλέχτηκε και παρουσιάζεται ως ξεχωριστό case study στο παγκόσμιο επιστημονικό συνέδριο της IPBA (International Place Branding Association / Διεθνής Ένωση Branding Τόπου), μαζί με άλλες επιλεγμένες μελέτες από όλο τον κόσμο. Όλο το κομμάτι των μελετών των προορισμών πραγματοποιείται σε άμεση συνεργασία μας με τον Brand strategist Δημοσθένη Μπρούσαλη. Η μεταξύ μας συνεργασία μετράει πολλά δημιουργικά χρόνια και τα αποτελέσματα αυτής είναι πάντα εντυπωσιακά και ξεχωριστά για εμάς.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ

Palladian Communication Specialists

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Σκουφά 60, Αθήνα 10680

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 3392321

E-MAIL

klimperis@palladian.gr

URL

www.palladian.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Κωνσταντίνος Λιμπέρης, Chief Operating Officer

Τάσος Γκοτσόπουλος, General Manager

Με σταθερή φιλοσοφία και νέες προσεγγίσεις



Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων; -Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

Η επανάσταση στον κλάδο της επικοινωνίας είναι διαρκής. Οι δομικές αλλαγές την τελευταία δεκαετία είναι τέτοιας έκτασης και τόσης βαρύτητας, που στην πραγματικότητα οι επαγγελματίες του κλάδου οφείλουμε να προσαρμοζόμαστε διαρκώς σε νέα δεδομένα.

Μέσα στον όγκο των αλλαγών και των νέων δεδομένων, ωστόσο, μπορεί να ξεχωρίσει κανείς βασικούς άξονες και κοινούς παρονομαστές, που δίνουν ένα σαφές στίγμα των νέων τάσεων. Ο πρώτος βασικός άξονας στρέφεται γύρω από τον πλήρη ψηφιακό μετασχηματισμό και την επικοινωνία. Η digital κατεύθυνση αποτελεί πλέον κυρίαρχη επιλογή, τόσο για τις καμπάνιες corporate και brand awareness όσο και για την ανάπτυξη εργαλείων day-

to-day επικοινωνίας και στρατηγικής.

Ο δεύτερος άξονας αφορά στην προτεραιοποίηση της έννοιας sustainability. Η ραγδαία ανάδειξη των συνεπειών της κλιματικής αλλαγής και οι αλληπάλληλες και αλληλένδετες πολιτικές, οικονομικές και υγειονομικές κρίσεις με διεθνή αντίκτυπο, τοποθετούν την ανάδειξη της εταιρικής υπευθυνότητας στο επίκεντρο της στρατηγικής κάθε εταιρείας. Το νέο πλαίσιο έχει μετακινηθεί από αυτό που γνωρίζαμε ως εταιρική υπευθυνότητα στο πιο σύνθετο πεδίο ESG που αγκαλιάζει ευρύτερα την έννοια της εταιρικής διακυβέρνησης.

Ο τρίτος άξονας απορρέει από την ολοένα αυξανόμενη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στην υλοποίηση προγραμμάτων και δράσεων που μέχρι πρόσφατα αποτελούσαν αποκλειστική αρμοδιότητα του δημοσίου. Η τάση αυτή γεννά την ανάγκη για εμπάθυνση της δουλειάς μας στους τομείς Public Affairs, Lobbying και stakeholders management με σύγχρονους τρόπους και προσεγγίσεις, άγνωστους μέχρι πρότινος για το ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR; Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Η Perception προσαρμόζεται στις νέες τάσεις, κρατώντας αναλλοίωτους τους πυλώνες της στρατηγικής και της φιλοσοφίας της. Στους πυλώνες αυτούς συγκαταλέγονται η έμφαση στα μετρήσιμα αποτελέσματα και η βασισμένη στο τρίπτυχο, κατανόηση-ευελιξία-αμεσότητα, μεθοδολογία μας. Από τη στρατηγική επικοινωνίας και τα media relations, μέχρι τις υπηρεσίες γραφείου Τύπου, τη διοργάνωση εκδηλώσεων, την εκπαίδευση και τη διαχείριση κρίσεων επιμένουμε σε μια προσέγγιση Tailor-made παροχής υπηρεσιών που απαντούν στις συγκεκριμένες ανάγκες του εκάστοτε πελάτη, αποφεύγοντας τις έτοιμες, «δοκιμασμένες» λύσεις που θεωρητικά ταιριάζουν σε όλους, αλλά στην πράξη σε κανέναν.

Έτσι, συνεχίζουμε να διεκδικούμε -και να κερδίζουμε- την εμπιστοσύνη των πελατών μας και τη φήμη της αξιοπιστίας στην αγορά. Ταυτόχρονα,



Η πρώτη καμπάνια ενημέρωσης στο χώρο της υγείας που βασίστηκε σε mobile application και online gaming ήταν το «Βάζουμε Τρίποντο στην Υγεία»



Η ξεχωριστή video campaign για την αιμορροφιλία «Ξεκλειδωσε τη ζωή»

έχουμε αναβαθμίσει το portfolio των ψηφιακών υπηρεσιών μας περιλαμβάνοντας web design, web development, web-based applications, digital marketing, Google Adwords campaigns, Social Media consultancy και management. Τα στελέχη μας έχουν μακρά ιστορία σε σχεδιασμό, υλοποίηση και υποστήριξη έργων πληροφορικής, με έμφαση στο Internet τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Επιπλέον, η εμπειρία μας στον κλάδο της υγείας, όπου η εξωστρέφεια οφείλει να τηρεί τις προδιαγραφές ιδιαίτερα αυστηρών ρυθμιστικών πλαισίων, μας έχει δώσει τη δυνατότητα να μπορούμε να κινούμαστε με μεγάλη ευελιξία και ευρηματικότητα για να πετύχουμε τους στόχους των πελατών μας. Αυτή η μαθητεία μάς έχει ωφελήσει πολλαπλά, καθώς, ανοίγοντας τον κύκλο των αγορών στις οποίες δραστηριοποιούμαστε, μπορούμε να την αξιοποιήσουμε με αποδεδειγμένα θετικά αποτελέσματα για λογαριασμό πελατών με καθαρά εμπορικό χαρακτήρα και above the line ανάγκες επικοινωνίας.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και projects που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

Δεν θεωρούμε πως έχει νόημα να «ξεχωρίσουμε» κάποιο επιμέρους project ή τη συνεργασία μας με κάποιον συγκεκριμένο πελάτη ως ενδεικτικά της δουλειάς μας. Έχει όμως σημασία να αναδείξουμε τις στρατηγικές συνεργασίες στις οποίες έχουμε προχωρήσει για να αναβαθμίσουμε τις υπηρεσίες μας και να είμαστε ένα βήμα μπροστά σε αυτά που προτείνουμε στους πελάτες μας.

Αξίζει, σε αυτό το πλαίσιο, να αναφέρουμε πως τα τελευταία χρόνια έχοντας αναγνωρισθεί ως Google Partner και συμπεριλαμβανόμενοι στην ομάδα High Flyers ως εταιρεία που ανταποκρίθηκε στα υψηλότερα standards της Google, έχουμε ξεκινήσει να παρακολουθούμε έργα προώθησης υπηρεσιών

και προϊόντων σε πάνω από 8 χώρες, και με πληθώρα αντικειμένων: από τουριστικές υπηρεσίες μέχρι αλυσίδες χώρων εστίασης και από εταιρείες Ενέργειας μέχρι διεθνή εκπαιδευτικά ιδρύματα. Παράλληλα, ξεκινήσαμε μια στρατηγική συνεργασία με τη SoReCC, ένα Center of Excellence στη Διαχείριση Κινδύνων, την Ανθεκτικότητα, την Επιχειρηματική Συνέχεια και την Κλιματική Αλλαγή. Πρόκειται για έναν ευρωπαϊκό μη κερδοσκοπικό φορέα που στοχεύει στην προώθηση της μελέτης και την τόνωση της συζήτησης μεταξύ των Ευρωπαίων για αναδυόμενα θέματα κοινού ενδιαφέροντος γύρω από την Κοινωνική Ανθεκτικότητα και την Κλιματική Αλλαγή, μέσω της συμμετοχής πολλών δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, όπως κυβερνήσεις, επιχειρήσεις και ιδρύματα.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ

Perception

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Λ. Κηφισίας 308, Χαλάνδρι 15232

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 6801600

FB

<https://www.facebook.com/perceptionconsultingcommunication>

INSTAGRAM

https://www.instagram.com/perception_communication/

LINKEDIN

<https://www.linkedin.com/company/perception-consulting-communication/?viewAsMember=true>

E-MAIL

info@perception.com.gr

URL

www.perception.com.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Τάσος Γκοτσόπουλος

Για εμάς, η επικοινωνία στην Υγεία είναι τόσο τέχνη όσο και επιστήμη



Κατερίνα Λιάτσου, Account Director - Σίμος Λιγνός, Art Director
Ανδρέας Μπόνης, Managing Director - Κωνσταντίνος Σαρανταένας, Account Executive

Η PHOCUS παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις στρατηγικής και επικοινωνίας σε εταιρείες και οργανισμούς που δραστηριοποιούνται στο χώρο της Υγείας και του Φαρμάκου. Η εταιρεία μας λειτουργεί βάσει μιας ολιστικής θεώρησης επικοινωνίας, διαθέτοντας ανθρώπους με εξειδίκευση σε διαφορετικά γνωστικά πεδία. Παρέχει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών, με στόχο να ανταποκρίνεται αποτελεσματικά στις ιδιαίτερες ανάγκες των εταιρειών του ιατροφαρμακευτικού κλάδου και στις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν σε ένα σύνθετο και διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον.

Η φιλοσοφία μας συνοψίζεται σε μία βασική αρχή: ότι στον τομέα της Υγείας, όπου αλληλεπιδρούν πολλαπλοί stakeholders εντός ενός αυστηρά καθορισμένου αλλά δυναμικού ρυθμιστικού πλαισίου, τα αποτελεσματικά προγράμματα επικοινωνίας προϋποθέτουν εξειδίκευση και υψηλή

τεχνογνωσία αλλά ταυτόχρονα και δημιουργική, καινοτόμο σκέψη. Βάσει αυτής της φιλοσοφίας, στη PHOCUS συνδυάζουμε τη δημιουργικότητα με την επιστημονική εγκυρότητα και αξιοποιώντας τα πιο σύγχρονα εργαλεία, αναπτύσσουμε στρατηγικές επικοινωνίας που διασφαλίζουν ότι οι πελάτες μας παραμένουν μπροστά από τον ανταγωνισμό.

Όταν ξεκινήσαμε τη PHOCUS το 2014, είχαμε θέσει έναν πολύ συγκεκριμένο στόχο: να κάνουμε τη διαφορά στο χώρο της επικοινωνίας της Υγείας, παρέχοντας δημιουργικά, καινοτόμα και ταυτόχρονα αποτελεσματικά προγράμματα επικοινωνίας. Η επιτυχημένη πορεία μας όλα αυτά τα χρόνια, οι μακροχρόνιες συνεργασίες και οι ισχυρές σχέσεις εμπιστοσύνης που μας συνδέουν με τους πελάτες μας, καθώς και οι πολυάριθμες βραβεύσεις μας σε Ελλάδα και εξωτερικό, αποδεικνύουν ότι τα έχουμε καταφέρει.

Εκστρατεία ενημέρωσης «Ο Αιμίλιος μας μαθαίνει για την αιμορροφιλία»

Η PHOCUS υλοποιεί από το 2019 την εκστρατεία ενημέρωσης «Ο Αιμίλιος μας μαθαίνει για την αιμορροφιλία», η οποία έχει ως κεντρικό ήρωα τον Αιμίλιο, ένα πρόσχαρο δεκάχρονο αγόρι με αιμορροφιλία. Μέσα από μια σειρά comic books, animated videos και την ενημερωτική πλατφόρμα www.abouthaemophilia.com, ο Αιμίλιος ενημερώνει τα παιδιά για τη σωστή διαχείριση της πάθησής τους, ώστε να χαίρονται την παιδική τους ηλικία με ασφάλεια. Η εκστρατεία αποτελεί πρωτοβουλία της Roche Hellas, υπό την αιγίδα του Συλλόγου Προστασίας Ελλήνων Αιμορροφιλικών. Κύριο στοιχείο της καμπάνιας αποτελεί η δημιουργία της σειράς comic books με τίτλο «Οι Περιπέτειες του Αιμιλίου», η οποία διανέμεται δωρεάν μέσω των Κέντρων Αιμορροφιλίας σε όλη την Ελλάδα. Κάθε τεύχος παρουσιάζει μια διαφορετική πτυχή της καθημερινότητας του Αιμιλίου, ο οποίος βιώνει τις ίδιες εμπειρίες με τους μικρούς αναγνώστες, επιτυγχάνοντας την ταύτιση των παιδιών με τον ήρωα και, συνεπώς, την αποτελεσματική μετάδοση των μηνυμάτων της καμπάνιας. Επιπρόσθετα, με αφορμή την πανδημία Covid-19, δημιουργήθηκε κατά τη διάρκεια του πρώτου lockdown, μια σειρά 10 animated videos με τίτλο «Μένουμε σπίτι παρέα με τον Αιμίλιο», όπου ο Αιμίλιος ενημερώνει τα παιδιά για τα μέτρα προστασίας από τον κορονοϊό και τους προτείνει τρόπους για να περνούν δημιουργικά το χρόνο τους στο σπίτι. Η εκστρατεία «Ο Αιμίλιος μας μαθαίνει για την αιμορροφιλία» έλαβε κορυφαίες διακρίσεις σε διαγωνισμούς της Ελλάδας και του εξωτερικού, ενώ η επιτυχία της καμπάνιας είχε ως αποτέλεσμα να γίνει localization σε 8 ακόμη χώρες.



Πρόγραμμα Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης «Προστατεύουμε το περιβάλλον... με πράξεις»

Η προστασία του περιβάλλοντος αποτελεί βασικό πυλώνα της εταιρικής στρατηγικής της AstraZeneca για τη βιωσιμότητα. Ζητούμενο της AstraZeneca Ελλάδας ήταν η υλοποίηση ενός 4ετούς προγράμματος που θα είχε θετικό αντίκτυπο στο περιβάλλον και θα υλοποιούνταν με την ενεργό συμμετοχή των εργαζομένων, αποδεικνύοντας στην πράξη τη δέσμευσή τους για την προστασία του πλανήτη. Ως εκ τούτου, γεννήθηκε η ιδέα να συσχετίσουμε τις 4 αριθμητικές πράξεις (Αφαίρεση, Πρόσθεση, Πολλαπλασιασμός, Διάρθρωση) με 4 ετήσιες πράξεις (δράσεις) περιβαλλοντικής προστασίας. Το πρόγραμμα «Προστατεύουμε το περιβάλλον... με πράξεις» αναπτύχθηκε σε 4 πυλώνες δράσεων: 1. «Αφαιρούμε τη ρύπανση», 2. «Προσθέτουμε Οξυγόνο», 3. «Πολλαπλασιάζουμε την ενέργεια», 4. «Μοιράζουμε τη Γνώση». Πιο συγκεκριμένα,

το 2019 και με κεντρικό μήνυμα «Αφαιρούμε τη ρύπανση», οι εργαζόμενοι προχώρησαν σε δράση καθαρισμού 5 ακτών σε Αττική, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Βόλο και Ηράκλειο Κρήτης. Το 2020, με κεντρικό μήνυμα «Προσθέτουμε Οξυγόνο», η AstraZeneca υποστήριξε τη διενέργεια αναδάσωσης πυρόπληκτης δασικής έκτασης στην Αττική. Το 2021, πραγματοποιήθηκε η δράση με κεντρικό μήνυμα «Πολλαπλασιάζουμε την ενέργεια», η οποία περιλάμβανε τη φωταγώγηση με ηλιακή ενέργεια τριών πάρκων στην Αθήνα και ενός πάρκου στη Θεσσαλονίκη. Τέλος, το 2022, με κεντρικό μήνυμα «Μοιράζουμε τη Γνώση» η εταιρεία υποστήριξε μια σειρά εκπαιδευτικών σεμιναρίων περιβαλλοντικής προστασίας σε 23 σχολεία από 5 πόλεις της Ελλάδας.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
PHOCUS
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Τζαφέρη 16, Αθήνα 11854
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 3460684
E-MAIL
info@phocus.gr
URL
www.phocus.gr
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Ανδρέας Μπόνης, Managing Director

Γιώργος Χατζόπουλος, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος

Είμαστε ένας trusted advisor



Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

Η επικοινωνία είναι κομμάτι της κοινωνίας και αντικατοπτρίζει τις εξελίξεις που συντελούνται σε αυτή. Μεταξύ άλλων, λοιπόν, έχουν έρθει στο προσκήνιο ζητήματα και τάσεις όπως η πρόοδος της τεχνολογίας και της τεχνητής νοημοσύνης, η επιχειρηματική ηθική, η διαφάνεια, η ισότητα και η συμπερίληψη, η αυξανόμενη ανάγκη των ανθρώπων για συμμετοχή, καθώς και η κλιματική κρίση και τα νέα δεδομένα που έχει διαμορφώσει.

Με άλλα λόγια, το περιεχόμενο των προγραμμάτων επικοινωνίας γίνεται όλο και περισσότερο συμπεριληπτικό, οι εταιρικές δράσεις καταδεικνύουν την αγωνία τους για τα ακραία κλιματικά φαινόμενα, ενώ γίνονται ολοένα και μεγαλύτερες επενδύσεις σε σύγχρονα τεχνολογικά κανάλια που ευνοούν τη διάδραση με το κοινό. Ακόμη, η στροφή των επιχειρήσεων στη βιώσιμη ανάπτυξη δημιουργεί συνθήκες για πρωτοβουλίες ουσιαστικές, με θετικό πρόσημο και μετρήσιμο αντίκτυπο για την κοινωνία, την οικονομία και το περιβάλλον.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι εταιρείες του κλάδου μας οφείλουν να επιδείξουν ακόμη μεγαλύτερη ευελιξία και προσαρμοστικότητα, ώστε να παράγουν ιδέες και περιεχόμενο που να έχουν συνάφεια με τα κοινά στα οποία απευθύνονται. Ταυτόχρονα,

πρέπει όλοι να θυμόμαστε ότι οι «ιστορίες» που μοιραζόμαστε οφείλουν να αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα και όχι επίπλαστες εικόνες, καθώς μόνο έτσι επιτυγχάνεται ουσιαστική και ειλικρινής αλληλεπίδραση με τα κοινά-στόχος.

Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων;

Για εμάς στην Pitch, αυτό που κάνει ένα σύμβουλο επικοινωνίας να ξεχωρίζει, είναι η ικανότητα να αποτελεί trusted advisor. Ως εταιρεία, λοιπόν, εστιάζουμε ιδιαίτερα σε αυτόν τον τομέα. Ένας trusted advisor καταφέρει να είναι πάντα alert σε σχέση με δεδομένα και εξελίξεις στο ευρύτερο περιβάλλον, να αναλύει και να ερμηνεύει κατάλληλα νέα και προσλαμβάνουσες από MME, social media και άλλες πηγές πληροφόρησης και -εν τέλει- να προσφέρει υπηρεσίες consulting που ανταποκρίνονται ή υπερβαίνουν τις προσδοκίες των πελάτων.

Στο πλαίσιο αυτό, απαιτείται να δοθεί έμφαση σε συγκεκριμένες δεξιότητες. Σε αυτές περιλαμβάνονται, η καινοτόμος και κριτική σκέψη, που είναι απαραίτητη για την επίλυση σύνθετων προκλήσεων και την προαγωγή νέων ιδεών, η συναισθηματική νοημοσύνη και η ενσυναίσθηση, που επιτρέπουν στο σύμβουλο επικοινωνίας να μπαίνει στη θέση του πελάτη και των κοινών στα οποία καλείται να απευθυνθεί, η δημιουργία ελκυστικού περιεχομένου, που διαχρονικά αποτελεί κύριο αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων, και τέλος, η διαχείριση χρόνου, υπό την έννοια όχι μόνο της τήρησης χρονοδιαγραμμάτων, αλλά και της δυνατότητας άμεσης ανταπόκρισης σε έκτακτες εξελίξεις.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR; Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Η φιλοσοφία μας αντικατοπτρίζεται στην ομάδα μας, η οποία αποτελείται από καταξιωμένα στελέχη και νεότερους επαγγελματίες της επικοινωνίας, που λειτουργούν στρατηγικά και συμβουλευτικά, αλλά ταυτόχρονα δίνουν μεγάλη έμφαση και



στη δημιουργικότητα. Αυτό το «κράμα» μας έχει βοηθήσει να ξεχωρίσουμε και να αναπτύξουμε μακροχρόνιες συνεργασίες, για τις οποίες είμαστε πολύ περήφανοι, καθώς αντανakλούν τις σχέσεις εμπιστοσύνης και αμοιβαίας εκτίμησης με τους πελάτες μας.

Παράλληλα, βασικό στοιχείο της φιλοσοφίας μας είναι ότι επιδιώκουμε να λειτουργούμε σαν προέκταση του τμήματος επικοινωνίας του πελάτη, διατηρώντας παράλληλα την εξωτερική ματιά και την «αντικειμενικότητα» του συμβούλου. Αυτό προϋποθέτει αφενός εμπειρία, γνώση και ικανότητα προσαρμογής στα ζητούμενα, τη γλώσσα, το ύφος και τις επιδιώξεις του πελάτη. Αφετέρου σημαίνει ότι η ομάδα μας ακολουθεί τις αναδυόμενες τάσεις, αξιοποιεί νέα εργαλεία και πρακτικές και είναι σε θέση να προσφέρει insights και να υλοποιήσει ενέργειες πέρα από ό,τι αναμένει ο πελάτης. Έτσι, δημιουργούμε προστιθέμενη αξία για τους πελάτες μας και ενισχύουμε τις σχέσεις μας μαζί τους.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και projects που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

Στην Pitch, είμαστε υπερήφανοι κυρίως για δύο πράγματα. Πρώτον, έχουμε κερδίσει την εμπιστοσύνη μεγάλων ελληνικών και πολυεθνικών επιχειρήσεων και οργανισμών από πολλούς και διαφορετικούς κλάδους. Δεύτερον, η συντριπτική πλειονότητα των συνεργασιών μας έχουν μακροχρόνιο ορίζοντα, με πολλούς πελάτες να ανανεώνουν και να διευρύνουν τη συνεργασία μαζί μας, γεγονός που αναδεικνύει την εμπιστοσύνη που έχουμε κερδίσει.

Μεταξύ άλλων, το portfolio των συνεργασιών μας περιλαμβάνει εταιρείες όπως Netflix, ΔΕΣΦΑ, Haleon, Huawei, Hewlett Packard Enterprise, GSK, Αφοί Χαϊτογλου ABEE, Nestlé, LeasePlan, Kaspersky Lab, Douleutaras.gr κ.ά. Στο πλαίσιο



αυτό, τους τελευταίους μήνες, έχουμε υλοποιήσει διάφορες δράσεις και προγράμματα επικοινωνίας, που ανταποκρίνονται σε υψηλά διεθνή πρότυπα δημιουργικότητας και αποτελεσματικότητας, όπως η πρωτοβουλία «Στηρίζω HORECA» - Συμμαχία για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη του τομέα Φιλοξενίας και Εστίασης στην Ελλάδα, η δράση Δευτέρα Καθαρά για τον Μακεδονικό Χαλβά, το λανσάρισμα της νέας σειράς προϊόντων της Purina για τη Nestlé και αρκετά προγράμματα εσωτερικής επικοινωνίας για φαρμακευτικές εταιρείες.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
PITCH Strategic Communications & Public Relations

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Ευμολπιδών 11, Αθήνα 11854

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
216 8001595

E-MAIL
info@pitchpr.gr

URL
www.pitchpr.gr/

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Γιώργος Χατζόπουλος,

Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος



Ελένη Κωνσταντινίδη, CEO & Partner



Winner of the 2023 GIWA award in
Media and Marketing Communications

Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων;

Νομίζω ότι ο κλάδος βρίσκεται σήμερα σε ένα κομβικό σημείο, με δεδομένο ότι διαμορφώνονται σημαντικές τάσεις στην αγορά εργασίας που επηρεάζουν και τον δικό μας τομέα. Ενδεικτικά αναφέρω τις προκλήσεις που παρουσιάζει η διαχείριση στελεχών διαφορετικών γενεών (Gen X, Gen Z και Millennials), που όμως είναι και η καλύτερη μορφή ομάδας που μπορεί να έχεις, αφού έρευνες καταδεικνύουν ότι η διαφορετικότητα και η συμπερίληψη φέρνουν πολύ καλύτερα αποτελέσματα σε απόδοση σε όποιες εταιρείες εφαρμόζονται.

Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

Οι Δημόσιες Σχέσεις έχουν μία ιδιαιτερότητα ως αντικείμενο δουλειάς, εξελίσσονται παράλληλα με τις τάσεις στην κοινωνία και την επιχειρηματικότητα. Σε αυτό το πλαίσιο, η σημερινή εποχή είναι εξαιρετικά ενδιαφέρουσα. Η τεχνολογία αλλάζει τα δεδομένα και προετοιμαζόμαστε για τη χρήση εφαρμογών Τεχνητής Νοημοσύνης στο PR. Μία άλλη πολύ σημαντική μεταστροφή που μας αφορά είναι η ενσωμάτωση των στόχων Βιώσιμης Ανάπτυξης (ESG) του ΟΗΕ στις επιχειρήσεις. Σε επίπεδο πελατών έχουμε περάσει από το "content is king" στη data driven επικοινωνία με μετρήσιμα αποτελέσματα, ειδικά σε επίπεδο C-Suite. Η εξασφάλιση της «πέμπτης θέσης» στο τραπέζι του CEO μαζί με τον legal advisor, τον consultant, τον investment banker και τον accountant είναι πλέον επιτακτική ανάγκη, αφού το χτίσιμο και η διασφάλιση της εταιρικής φήμης είναι ανεκτίμητης αξίας.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR; Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Θεωρώ ότι η ειδοποιός διαφορά μας από άλλες εταιρείες είναι η φιλοσοφία μας ότι η ομάδα μας είναι μία προέκταση της ομάδας του πελάτη. Αυτό κάνει σίγουρα τη διαφορά στο PR γιατί δεν υπάρχει τίποτα πιο σημαντικό από το να νιώθεις ότι το Agency είναι ο δικός σου άνθρωπος. Ξεπερνάμε τον εαυτό μας πολλές φορές για να το καταφέρουμε αυτό, αλλά είναι πολύ σημαντικό για εμάς ότι αναγνωρίζεται από τους πελάτες μας και οι περισσότερες συνεργασίες είναι διαχρονικές. Επίσης η εμβάθυνση στο αντικείμενο των πελατών μας έχει οδηγήσει στο να έχουμε στελέχη που προσεγγίζουν το ανώτερο επίπεδο που μπορεί να φτάσεις στο PR, αυτό του Συμβούλου. Συνεχώς μαθαίνουμε, εκπαιδευόμαστε, εντρυφούμε σε trends, ώστε να μπορούμε να ανταποκριθούμε στο πελατολόγιό μας, που παρουσιάζει μία ποικιλομορφία και δεν περιορίζεται σε συγκεκριμένους κλάδους. Αυτό το τελευταίο θεωρώ ότι είναι ένα ακόμη στοιχείο που μας κάνει να ξεχωρίζουμε, αφού υπάρχει μια σημαντική παρακαταθήκη σε case studies και τεχνογνωσία σε διαφορετικά industries.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και projects που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

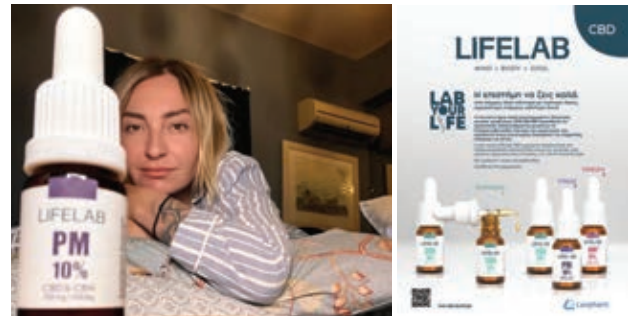
Η φετινή χρονιά είναι για εμάς μία χρονιά που νιώθουμε περήφανοι για όσα καταφέραμε. Καταρχάς, διαθέτουμε πλέον **5 πιστοποιήσεις ISO** που πιστοποιούν το ανώτερο επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρουμε.



Κατά δεύτερον, σημειώσαμε New Business Wins που επιβραβεύουν την προσέγγισή μας και μας επιτρέπουν να παθιαστούμε με συναρπαστικούς πελάτες όπως η **DS Smith**, η **Bain & Company**, η **Campari Hellas** και η **Dell Technologies**.

Υλοποιήσαμε projects που μας ενέπνευσαν και είμαστε περήφανοι που η επιτυχία τους αναγνωρίζεται από τους πελάτες μας αλλά και από τα κοινά-στόχο. Σε αυτήν την κατηγορία είναι η πρώτη "Εβδομάδα Γαστρονομίας" για τα άτομα με Διαβήτη, που διοργανώσαμε σε συνεργασία με το **FNL** στο πλαίσιο της μακροχρόνιας συνεργασίας μας με το **FreeStyle Libre** της **Abbott**, μια εξαιρετικά δημιουργική πρωτοβουλία που αφορά 1.000.000 διαβητικούς ανθρώπους. Για τη **Novibet** αναλάβαμε την επικοινωνιακή καμπάνια του προγράμματος κοινωνικής προσφοράς της εταιρείας, "Giant Heart". Συγκεκριμένα προτείναμε, διαχειριστήκαμε και υλοποιήσαμε τη συνεργασία **Novibet & Make A Wish**, όπου με την υποστήριξη της εταιρείας εκπληρώθηκαν 9 ευχές παιδιών. Για τη **Danone Nutricia Ελλάδα** δημιουργήσαμε πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης σε συνεργασία με τον Οργανισμό «Μπορούμε». Η δράση περιλαμβάνει τα προγράμματα «Μπορούμε στη Λαϊκή» με εθελοντές εργαζόμενους της εταιρείας και «Μπορούμε στο Σχολείο», που αποσκοπεί στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση παιδιών για το θέμα της σπατάλης του φαγητού. Τέλος, λανσάρουμε την νέα σειρά **LIFELAB CBD** της εταιρείας **Tikun Olam** με το δημιουργικό concept «LAB YOUR LIFE» και μια σειρά επικοινωνιακών ενεργειών όπως product placement, influencer marketing, native content και social media.

Επειδή η χρονιά δεν έχει τελειώσει ακόμη, έπεται και η συνέχεια που θα μας κάνει ακόμη πιο περήφανους!



CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
 Publicom Group - Hill+Knowlton Strategies
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
 Ξενίας 5, Κηφισιά 14562
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
 210 6281800
E-MAIL
christina.koutromanou@publicom-hk.com
URL
publicom-hk.com
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
 Χριστίνα Κουτρομάνου

SOCIALDOO

Παυλίνα Κωνσταντάρα, Head of Corporate Communications

“Atypical Excellence” και Intellemo προσέγγιση



Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων;

Θεωρώ σημαντικό για τις εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων και τα στελέχη τους σήμερα (και πάντα!) να εστιάζουν στο να γνωρίσουν σε βάθος τους οργανισμούς και τους ανθρώπους με τους οποίους συνεργάζονται. Η κατανόηση της κουλτούρας του οργανισμού αλλά και του ανθρώπινου δυναμικού απαιτεί επένδυση χρόνου από την πλευρά των εταιρειών δημοσίων σχέσεων, για να γίνονται οι σωστές ερωτήσεις και να αντιλαμβανόμαστε -σε βάθος- τι εκπροσωπεί, τι στοχεύει και τι επιδιώκει ο συνεργάτης που μας εμπιστεύεται. Σκοπός της deep dive γνώσης είναι να νιώσουμε και να καταλάβουμε τις αξίες και τις προτεραιότητες. Κάτι που βεβαίως δεν μπορεί να γίνει με ένα απλό brief, όσο ολοκληρωμένο κι αν είναι.

Πολύ σημαντικά στοιχεία είναι η επαγγελματική αντίληψη ως προς την αμεσότητα που έχει ανάγκη κάθε ενέργεια που πραγματοποιούμε μαζί, η ισορροπία ταχύτητας και λεπτομέρειας, αλλά

και η επιλογή του τρόπου με τον οποίο προτιμά να επικοινωνεί ο κάθε άνθρωπος με τον οποίο συνεργαζόμαστε.

Ως επαγγελματίες του χώρου, οφείλουμε επίσης να προσαρμοζόμαστε στις ανάγκες του σύγχρονου μάρκετινγκ, το οποίο χαρακτηρίζεται από συνεχείς αλλαγές και ανάγκη για σκέψη «έξω από το κουτί». Στη Socialdoo έχουμε δημιουργήσει το concept “Atypical Excellence”, ως απόσταγμα της διαπίστωσης ότι η μη τυπική αριστεία είναι μια δεξιότητα που δεν έχει αναγνωριστεί επαρκώς. Είτε αφορά τη δική μας ομάδα είτε την ομάδα που εκπροσωπούμε, οι μη τυπικά άριστοι άνθρωποι κρύβουν ταλέντα ανεξερεύνητα και πολύ συχνά είναι εκείνοι οι τολμηροί άνθρωποι που σκέφτονται διαφορετικά και καινοτόμα, ενισχύοντας τις ομάδες ως προς τις ανάγκες της εποχής. Ως ομάδα αποτελούμε μια τέτοια φυλή “Atypicalals” και έχουμε εκπαιδευτεί στο να τους αναγνωρίζουμε και να τους αναδεικνύουμε.

Και κάτι τελευταίο, αλλά για εμένα, στο top of my list. Ας αποβάλουμε την άποψη ότι «το agency ξέρει καλύτερα». Κανείς δεν ξέρει καλύτερα από τον ίδιο τον οργανισμό.

Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

Μια από τις μεγαλύτερες τάσεις -αν όχι ανάγκη- είναι τα στιβαρά, σχετικά με το business,



Athens Pride 2023, για την Teleperformance Greece



Η Socialdoo στο Φόρουμ των Δελφών 2023

προγράμματα εταιρικής υπευθυνότητας. Ένα τέτοιο πρόγραμμα δεν είναι πλέον «για τα μάτια του κόσμου» ή πολυτέλεια. Τόσο γιατί οι εταιρείες νιώθουν πλέον ως εσωτερική τους ανάγκη να επιστρέφουν στην κοινωνία μέρος από ό,τι η κοινωνία τους δίνει, όσο και γιατί οι άνθρωποι νιώθουν καλύτερα να εργάζονται σε Οργανισμούς που στο DNA τους έχουν την κουλτούρα της προσφοράς.

Η γέννηση και η ολοένα και πιο διευρυμένη χρήση των εργαλείων τεχνητής νοημοσύνης, καθώς και ο τρόπος που χρησιμοποιούνται, αποτελεί μια μεγάλη συζήτηση εντός των τειχών των εταιρειών επικοινωνίας, ενώ συνεχίζουν να έχουν πρωταγωνιστικό ρόλο τα Social Media και το Influencer Marketing.

Τέλος, κάτι που θεωρώ ότι κάνει τη διαφορά, είναι η σημασία των data, που μας βοηθούν να λαμβάνουμε τεκμηριωμένες αποφάσεις σχετικά με τον τρόπο προσέγγισης και αλληλεπίδρασης με το κοινό.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR; Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Στη Socialdoo χρησιμοποιούμε τον όρο Intellemo, μια σύνθεση των λέξεων Intelligence (νοημοσύνη)

και Emotionality, με την έννοια του empathy (ενσυναίσθηση). Στην εποχή της 4ης Βιομηχανικής Επανάστασης, καλούμαστε να αξιοποιούμε τα δεδομένα, δείχνοντας ταυτόχρονα την απαραίτητη ενσυναίσθηση στην ερμηνεία τους, ώστε να είμαστε επαρκώς αποτελεσματικοί. Η «Intellemo» προσέγγιση κατέχει βασικό ρόλο στην επιχειρηματική φιλοσοφία που συνδυάζει την τεχνητή νοημοσύνη με την ενσυναίσθηση, σε εσωτερικό και εξωτερικό κοινό, αλλά και στη δημιουργία της απαραίτητης κουλτούρας θετικής εξέλιξης. Βλέποντας τα πράγματα μέσα από ένα ιδιαίτερο αισιόδοξο πρίσμα, μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα θετικό ντόμινο στην επιχείρηση και, γιατί όχι, στις κοινωνίες μας.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και projects που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

Αν και έχουμε μια «παθολογική», με την καλή έννοια, σχέση αγάπης με όλους μας τους συνεργάτες, θα τολμήσω να αναφερθώ σε κάποια πιο πρόσφατα projects. Σε επίπεδο Corporate Communications, οι νέες μας συνεργασίες με τη Worldline και την ABEK Βεκράκος μας ώθησαν στη διαδικασία χάραξης επικοινωνιακής στρατηγικής σε νέα industries, με στόχο τη δημιουργία Media Universes και εξωστρέφειας, κατάλληλα για το business τους. Δεν μπορώ να μην αναφέρω τη δημιουργική προσέγγιση στο Media Trip της Βίκος στην Ήπειρο, τον ενθουσιασμό με τον οποίο δουλέψαμε -from scratch- τη συμμετοχή της Teleperformance Greece στο Athens Pride, την επικοινωνιακή ευτυχία που νιώσαμε επικοινωνώντας το project Just Go Zero Tilos της Polygreen. Τέλος, ένα milestone για την εταιρεία μας την προηγούμενη χρονιά ήταν η ιδιαίτερα επιτυχημένη εμπλοκή μας με το Delphi Forum, στο επίπεδο υποστήριξης των 10 εταιρειών-συνεργατών μας που συμμετείχαν.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ

SOCIALDOO Strategic Communication Agency

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Σινώπης 23 & Μιχαλακοπούλου, Αθήνα 11527

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 7750750

E-MAIL

info@socialdoo.gr

URL

www.socialdoo.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Βάσω Γρηγοριάδου, Head of Administration

Βασίλης Κάββαλος, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Stratcom
Σωτήρης Παπαδημητρίου, Γενικός Διευθυντής της Stratcom

Η επιτυχημένη επικοινωνία κρίνεται από το αποτέλεσμα



Βασίλης Κάββαλος



Σωτήρης Παπαδημητρίου

Πού πιστεύετε πως πρέπει να εστιάζουν σήμερα οι επαγγελματίες και οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων;

Βασίλης Κάββαλος: Τα τελευταία χρόνια έχουμε βιώσει διαδοχικές κρίσεις, που άλλαξαν τις προτεραιότητες και τις απαιτήσεις των κοινωνιών από τους οργανισμούς. Σήμερα γνωρίζουμε πλέον ότι το απρόβλεπτο και οι συνεχείς ανατροπές είναι η νέα κανονικότητα. Καλούμαστε, ταυτόχρονα, να λειτουργήσουμε σε ένα νέο ψηφιακό περιβάλλον, το οποίο για την επικοινωνία δημιουργεί νέες δυνατότητες, αλλά και παγίδες και κινδύνους. Μέσα σε αυτό το τοπίο, χρειάζεται να εστιάσουμε στη δημιουργία αξίας για τους πελάτες μας, με συγκεκριμένους τρόπους: προστατεύοντας τη φήμη και τις σχέσεις τους με κρίσιμα κοινά, χτίζοντας την ανθεκτικότητά τους απέναντι σε κρίσεις. Αυτό απαιτεί ακόμη μεγαλύτερη ευελιξία και ετοιμότητα από την πλευρά μας. Χρειάζεται να σχεδιάζουμε στρατηγικές, αλλά ταυτόχρονα και plan B -ίσως και C- να αξιολογούμε διαρκώς το πώς οι εξελίξεις μπορούν να επηρεάσουν τους πελάτες μας, ακόμα κι αν συμβαίνουν στην άλλη άκρη του κόσμου.

Σωτήρης Παπαδημητρίου: Είναι πιο σημαντική από ποτέ η ανάγκη για προσεκτική μελέτη των συνθηκών της αγοράς. Η στρατηγική επικοινωνία γίνεται αναμφίβολα data-driven, έχουμε νέα εργαλεία, πιο αποτελεσματικά, γρήγορα και οικονομικά απ' ό,τι στο παρελθόν.

Από εκεί και πέρα, όμως, χρειάζονται η κριτική σκέψη και η ικανότητα να ερμηνεύουμε σωστά τα δεδομένα. Για να συνθέσουμε τα πολλά και διαφορετικά κομμάτια του παζλ, να διαμορφώνουμε το αφήγημα και τα μηνύματά μας, να επικοινωνούμε -κυρίως- με τρόπο που παράγει αποτέλεσμα. Γιατί στην εποχή του virality και του newsjacking, η αποτελεσματικότητα σε σχέση με το στόχο εξακολουθεί να είναι το βασικό ζητούμενο.

Ποιες είναι οι τάσεις και οι πρακτικές που διαμορφώνουν το τοπίο σήμερα τόσο στην Ελλάδα όσο και διεθνώς;

Βασίλης Κάββαλος: Μια κυρίαρχη τάση είναι η αυξανόμενη σημασία της κοινωνικής συνείδησης των οργανισμών. Η έμφαση στα θέματα ESG, συμπεριληπτικότητας και ίσων ευκαιριών, δεν είναι πια ζήτημα ηθικής υποχρέωσης, αλλά αναγκαιότητα, προκειμένου να ενισχύσουν τη φήμη τους, να αποκτήσουν πρόσβαση σε χρηματοδότηση, να συμμορφωθούν με κανονιστικές απαιτήσεις, να προσελκύσουν ταλέντα.

Στο επόμενο διάστημα θα συνεχίσει να αυξάνεται η ζήτηση για εξειδικευμένες υπηρεσίες σε αυτούς τους τομείς. Βεβαίως, η ανάγκη δεν είναι μόνο η παρουσίαση δεικτών επίδοσης - κι εδώ θεωρώ ότι διαφοροποιούνται οι εταιρείες επικοινωνίας από τους συμβούλους, που ειδικεύονται σε θέματα βιώσιμης ανάπτυξης. Πλέον το σύνολο της επικοινωνίας αποκτά αξιακό περιεχόμενο. Εταιρείες, brands, δημόσιοι οργανισμοί χρειάζεται να επικοινωνούν συστηματικά με τρόπο που εκφράζει το σκοπό, τις αξίες και την κουλτούρα τους. Χρειάζεται να επικοινωνούν με κοινωνική επίγνωση και ενσυναίσθηση. Οι εταιρείες επικοινωνίας μπορούν να διασφαλίσουν αυτό το αποτέλεσμα, γιατί έχουν τη μεγάλη εικόνα, κατανοούν τις προτεραιότητες και τις τάσεις της εποχής, ενώ έχουν την πείρα και την τεχνογνωσία, για να διαμορφώσουν την κατάλληλη προσέγγιση.

Σωτήρης Παπαδημητρίου: Νέα δεδομένα στο χώρο, βεβαίως, διαμορφώνει και η είσοδος της Τεχνητής Νοημοσύνης, η οποία κάποιοι θεωρούν ότι απειλεί να υποκαταστήσει σε μεγάλο βαθμό τη δουλειά μας. Η άποψή μου είναι διαφορετική. Η AI μπορεί να μας παρέχει δεδομένα και εργαλεία, να αυτοματοποιήσει εργασίες ρουτίνας και να εξοικονομήσει χρόνο στη καθημερινότητά μας. Είναι στο χέρι μας να αγκαλιάσουμε αυτή την αλλαγή: να αξιοποιήσουμε την ευκαιρία, για να εστιάσουμε σε στρατηγικές δραστηριότητες που απαιτούν ανθρώπινη κριτική ικανότητα, δημιουργικότητα, πείρα και εξειδίκευση στο σχεδιασμό αποτελεσματικών στρατηγικών και μηνυμάτων, σε καινοτόμους δράσεις, στην οικοδόμηση σχέσεων και δικτύων κ.λπ.

Ποια είναι η δική σας στρατηγική και φιλοσοφία όσον αφορά το PR; Ποια χαρακτηριστικά θεωρείτε πως κάνουν την εταιρεία να ξεχωρίζει;

Βασίλης Κάββαλος: Για εμάς η επιτυχημένη επικοινωνία κρίνεται από το αποτέλεσμα, σε σχέση πάντα με τους στόχους, το χρόνο και τους πόρους που διαθέτει κάθε πελάτης. Και σε αυτό ακριβώς το επίπεδο, επιδιώκουμε να ξεχωρίζουμε. Το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα είναι η στρατηγική σκέψη, η ταχύτητα αντίδρασης, η βαθιά γνώση του ευρύτερου οικονομικού, πολιτικού και κοινωνικού περιβάλλοντος, αλλά και η ικανότητα να υποστηρίζουμε τους πελάτες μας με ποιοτικό και στρατηγικά συνεπές περιεχόμενο. Όλα αυτά υποστηρίζονται από μια δυνατή ομάδα παλιών και νέων στελεχών, που συνδυάζουν πολυετή πείρα, υψηλή εξειδίκευση σε κλάδους και λειτουργίες της επικοινωνίας, εξοικείωση με τις νέες τεχνολογίες, δημιουργικότητα και ενθουσιασμό.

Σωτήρης Παπαδημητρίου: Στη Stratcom έχουμε επιλέξει να μην είμαστε «πολυκατάστημα» αλλά one-stop-shop, το οποίο μπορεί να καλύψει με ποιότητα και στρατηγική συνοχή όλες τις ανάγκες επικοινωνίας ενός πελάτη. Είμαστε αυτοί που σχεδιάζουμε στρατηγικές και 360° προγράμματα επικοινωνίας και παράλληλα διασφαλίζουμε την άρτια υλοποίησή τους, επιλέγοντας τους καλύτερους εξειδικευμένους συνεργάτες της αγοράς και έχοντας πάντα την τελική επιμέλεια κάθε δουλειάς.

Με αυτή την προσέγγιση, έχουμε χτίσει μια επιτυχημένη πορεία 20 ετών στην αγορά και – κυρίως- μακρόχρονες συνεργασίες με τους πελάτες μας, βασισμένες στη συνέπεια, την αποτελεσματικότητα, την αμοιβαία εμπιστοσύνη.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες συνεργασίες και projects που έχουν ιδιαίτερη σημασία για την εταιρεία;

Βασίλης Κάββαλος: Ένας χώρος στον οποίο έχουμε αναπτύξει σημαντική εξειδίκευση και εμπειρία είναι αυτός της υγείας και του φαρμάκου. Συνεργαζόμαστε με κορυφαίες φαρμακευτικές εταιρείες, καλύπτοντας το σύνολο των αναγκών επικοινωνίας τους, από το media relations μέχρι public affairs και εσωτερική επικοινωνία κ.λπ. Έχουμε, επίσης, μακρόχρονη παρουσία και πείρα σε θέματα ενέργειας και περιβάλλοντος -ένας τομέας που εξελίσσεται δυναμικά τα τελευταία χρόνια- ενώ έχουμε υποστηρίξει μεγάλα projects εξαγορών και συγχωνεύσεων και εταιρικών μετασχηματισμών. Επιτυχημένα projects και συνεργασίες έχουμε και στο χώρο του brand communications, με μερικές από τις πιο αγαπημένες μάρκες στο ελληνικό καταναλωτικό κοινό.

Σωτήρης Παπαδημητρίου: Ένας τομέας στον οποίο η Stratcom ειδικεύεται κατ' εξοχήν, είναι αυτός της πολιτικής επικοινωνίας. Έχουμε σχεδιάσει μέχρι τώρα δεκάδες νικηφόρες προεκλογικές εκστρατείες σε εθνικό και τοπικό επίπεδο, αλλά και προγράμματα επικοινωνίας για υπουργεία και φορείς του δημοσίου τομέα. Είναι μια δύσκολη αρένα, η οποία επίσης εξελίσσεται τα τελευταία χρόνια. Και η εμπειρία είναι σημαντική, ώστε να μπορούμε να προσαρμόσουμε την επικοινωνία μας σε νέα δεδομένα, να χρησιμοποιούμε νέους κώδικες και εργαλεία, χωρίς να χάνουμε την εστίαση στον στρατηγικό στόχο.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ

STRATCOM, Strategy & Communication Specialists

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Μιλτιάδου 9, Χαλάνδρι 15232

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 6753585

E-MAIL

info@stratcom.gr

URL

www.stratcom.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Τζίνα Μπαρκούρα, Client Service Director

**V+O:**

Η ΜΟΝΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΤΙΣ 120 ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ PR ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΟΥ



Με μία ομάδα 180 στελεχών και δραστηριότητα σε 7 χώρες, η V+O αποτελεί τον μεγαλύτερο ανεξάρτητο ελληνικό όμιλο επικοινωνίας στη Νοτιοανατολική Ευρώπη.

Ξεκινώντας ως εγχείρημα μίας μικρής ομάδας στελεχών, η V+O κατάφερε να ισχυροποιήσει την παρουσία της στην ελληνική αγορά ήδη από τα πρώτα χρόνια δραστηριοποίησής της. Με μεθοδικά βήματα, συνέπεια, τόλμη και διορατικότητα, εξελίχθηκε από μία αυτοδημιούργητη εταιρεία, σε έναν Όμιλο 13 εταιρειών, με δραστηριότητα στις αγορές της Ελλάδας, Αλβανίας, Βουλγαρίας, Κύπρου, Ρουμανίας, Σερβίας και Β. Μακεδονίας.

Η στρατηγική ματιά και η ανάδειξη του νευραλγικού ρόλου που έχει η επικοινωνία σε κάθε κομμάτι της λειτουργίας ενός οργανισμού ή επιχείρησης, αποτέλεσαν ορμητήριο, δύναμη για τη συνεχή ανάπτυξη της V+O.

Σήμερα η V+O αποτελεί στρατηγικό συνεργάτη για 240 κορυφαίες ελληνικές και διεθνείς εταιρείες που πρωταγωνιστούν στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς, μεταξύ των οποίων συμπεριλαμβάνονται οι πιο δυναμικά αναπτυσσόμενες εταιρείες και brands της χώρας, ενώ ταυτόχρονα συνιστά hub επικοινωνίας για πολυεθνικές εταιρείες με παρουσία σε περισσότερες από μία χώρες στην Ευρώπη και Διεθνώς.

Η παράλληλη πορεία ανάπτυξης αλλά και στενής συνεργασίας με τους πελάτες της, έχει οδηγήσει στο ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό retention rate πελατών για τον κλάδο, 92%. Στο γεγονός αυτό συμβάλλει η συσσωρευμένη εμπειρία και τεχνογνωσία των στελεχών της στην αποτελεσματική διαχείριση διαχρονικά απαιτητικών και σύνθετων projects, η οποία αποτελεί θεμέλιο στις ισχυρές σχέσεις εμπιστοσύνης μεταξύ της V+O και των πελατών της.

Συγκεκριμένα στην Ελλάδα, όπου βρίσκονται τα κεντρικά γραφεία της, ο όμιλος περιλαμβάνει τη V+O Communication (Στρατηγική Επικοινωνία και Δημόσιες Σχέσεις), την Unlimited Creativity (Δημιουργικό / Διαφήμιση), την Curious Ahead (Ψηφιακό Μάρκετινγκ) και τη MINDHAUS (Στρατηγικό Marketing Τουρισμού). Η συνεργασία των τεσσάρων αυτών εταιρειών και η δυνατότητα προσφοράς 360 υπηρεσιών καθιστά τη V+O ένα δυναμικό hub στρατηγικής επικοινωνίας.

Η V+O έχει έως σήμερα λάβει περισσότερες από 84 διεθνείς και εγχώριες διακρίσεις, μεταξύ των οποίων, δώδεκα (12) Διεθνή Βραβεία Αριστείας IPRA Golden World Awards, μια από τις κορυφαίες διοργανώσεις βραβείων για τον κλάδο του PR παγκοσμίως.



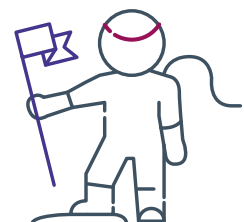
Ταυτόχρονα, είναι η μόνη ελληνική εταιρεία με συνεχή παρουσία τα τελευταία 4 έτη, στην Παγκόσμια Κατάταξη των 120 Κορυφαίων PR Agencies (Global Top 120 PR Agency Ranking). Μια από τις σημαντικότερες διακρίσεις σε παγκόσμιο επίπεδο, με τη συμμετοχή των μεγαλύτερων δικτύων στρατηγικής επικοινωνίας και PR.

Φέτος, για 4η συνεχόμενη χρονιά η V+O διακρίθηκε για τη δημιουργικότητα και την αποτελεσματικότητα με μετρήσιμα KPIs, λαμβάνοντας 3 νέα χρυσά βραβεία στο Διεθνή Θεσμό IPRA Golden World Awards (GWA) στις κατηγορίες: New Service Launch, Environmental και Event Management. Η αξία των φετινών βραβείων είναι ακόμα μεγαλύτερη, αν αναλογιστεί κανείς ότι στη φετινή διοργάνωση η V+O συγκαταλέγεται ανάμεσα στις εταιρείες που απέσπασαν τα περισσότερα βραβεία μεταξύ των 70 νικητών που διακρίθηκαν παγκοσμίως, σε μια χρονιά με αριθμό ρεκόρ συμμετοχών.

Παράλληλα, έχει ανακηρυχθεί «Πρωταθλητής της ελληνικής οικονομίας» για την περίοδο 2010-2020, αποτελώντας τη μόνη εταιρεία επικοινωνίας με συνεχή οικονομική και επιχειρηματική ανάπτυξη σε αυτή την ιδιαίτερα δύσκολη περίοδο για τη χώρα.

Η εξωστρέφεια, η εστίαση στην αριστεία, η πελατοκεντρική κουλτούρα, αλλά και η πεποίθηση ότι η επικοινωνία είναι καταλυτική στο να φέρνει την αλλαγή που θέτει τις βάσεις για έναν καλύτερο κόσμο, συνιστούν μερικούς από τους κύριους λόγους αυτής της επιτυχημένης πορείας των δύο τελευταίων δεκαετιών.

Το πιο σημαντικό όμως κομμάτι της V+O είναι οι άνθρωποι της. Μια ομάδα ανήσυχων ανθρώπων, που αναζητά συνεχώς πρωτοποριακές ιδέες που δημιουργούν νέες προοπτικές και αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο βλέπουμε τα δεδομένα. Άνθρωποι με διαφορετικά background, διαφορετικές γνώσεις και σπουδές που συνθέτουν ένα δυναμικό, πολυδιάστατο και συμπεριληπτικό σύνολο, το οποίο συνεχώς εξελίσσεται, δημιουργώντας προστιθέμενη αξία για την εταιρεία και τους πελάτες της.





communication & strategy partners

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Ακαδημίας 4, Αθήνα 10671
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 7418900
E-MAIL
aea@aea.gr
URL
www.aea.gr
ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Νάνση Σουρμπάτη,
Vice President & CEO



E-MAIL
vivi@owlcommunications.gr
URL
http://owlcommunications.gr/
INSTAGRAM
https://instagram.com/
owlcommunications
ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Βιβή Ασημακοπούλου,
Founder



Pharma & Health Communication in Focus

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Τζαφέρη 16, Αθήνα 11854
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 3460684
E-MAIL
info@phocus.gr
URL
www.phocus.gr
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Ανδρέας Μπόνης,
Managing Director



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Σινώπης 23 & Μιχαλακοπούλου,
Αθήνα 11527
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 7750750
E-MAIL
info@socialdoo.gr
URL
www.socialdoo.gr
ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Βάσω Γρηγοριάδου,
Head of Administration



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Εθνικής Αντιστάσεως 95,
Νέο Ψυχικό 15451
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
211 1060100
E-MAIL
info@gravitythenewtons.gr
URL
www.gravitythenewtons.gr/
ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Μυραϊνή Μαρούλη,
Account Director



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Σκουφά 60, Αθήνα 10680
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 3392321
E-MAIL
klimperis@palladian.gr
URL
www.palladian.gr
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Κωνσταντίνος Λιμπέρης,
Chief Operating Officer



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Ευμολπιδών 11, Αθήνα 11854
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
216 8001595
E-MAIL
info@pitchpr.gr
URL
www.pitchpr.gr/
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Γιώργος Χατζόπουλος,
Πρόεδρος και Διευθύνων
Σύμβουλος



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Μιλτιάδου 9,
Χαλάνδρι 15232
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 6753585
E-MAIL
info@stratcom.gr
URL
www.stratcom.gr
ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Τζίνα Μπαρκούρα,
Client Service Director



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Λεωφόρος Μεσογείων 123Α
& Κριμαίας 1
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 7259500
E-MAIL
kpatrikarakou@
worldoneteam.com
URL
https://worldoneteam.com/
ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Κατερίνα Πατρικάρκου,
Business Development &
Account Director



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Λ. Κηφισίας 308, Χαλάνδρι
15232
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 6801600
E-MAIL
info@perception.com.gr
URL
www.perception.com.gr
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Τάσος Γκοτσόπουλος

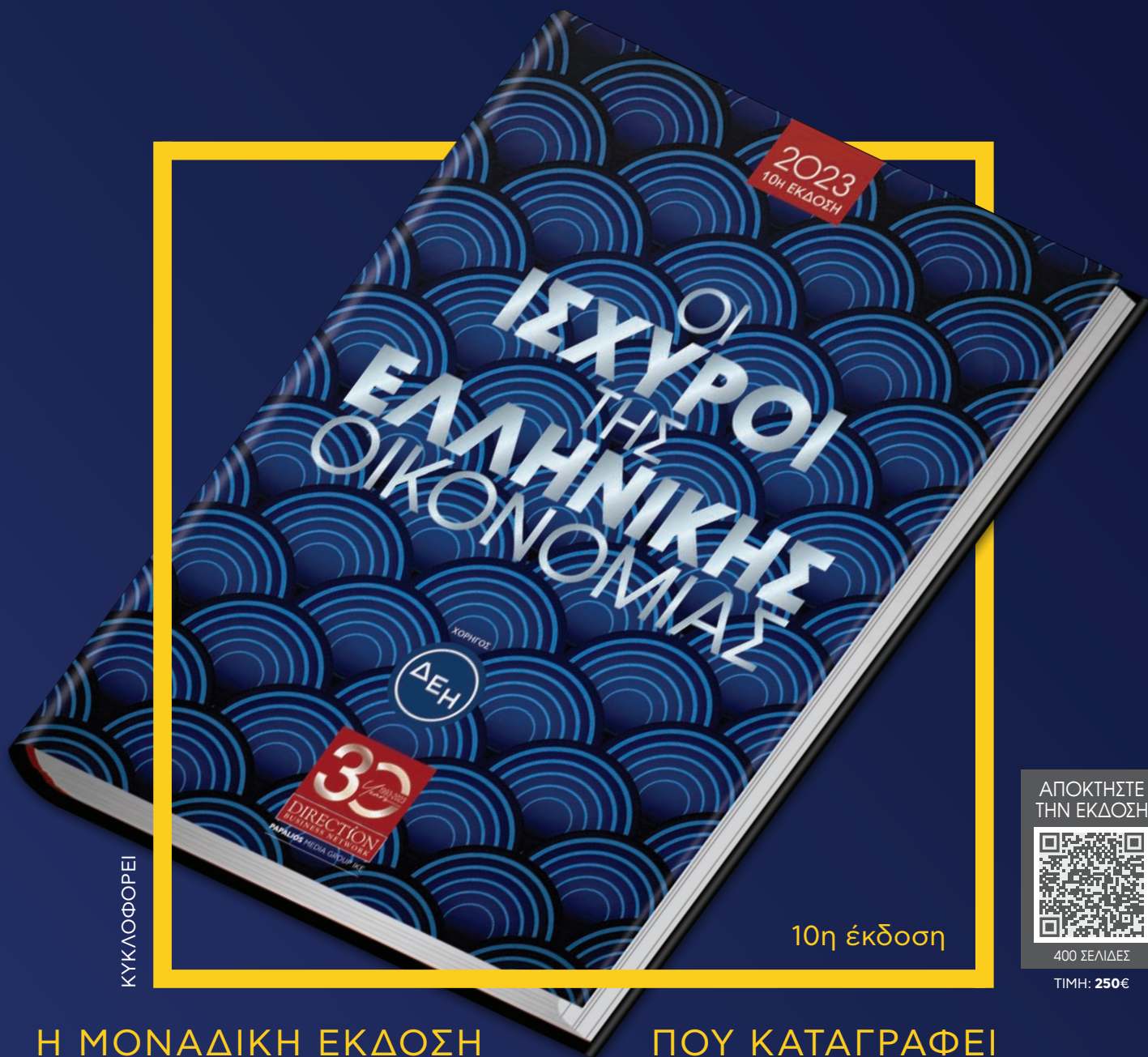


ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Ξενίας 5, Κηφισιά 14562
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 6281800
E-MAIL
christina.koutromanou@
publicom-hk.com
URL
www.publicom-hk.com
ΥΠΕΥΘΥΝΗ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Χριστίνα Κουτρομάνου



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Μιχαλακοπούλου 91,
Αθήνα 11528
ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 7249000
E-MAIL
info@vando.gr
URL
www.vando.gr
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ
ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Βασίλης Μουρδουκούτας,
Business Development and
Corporate Affairs – Business
Unit Director

Η ΒΙΒΛΟΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ



ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ

10η έκδοση

ΑΠΟΚΤΗΣΤΕ
ΤΗΝ ΕΚΔΟΣΗ



400 ΣΕΛΙΔΕΣ

ΤΙΜΗ: 250€

Η ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ ΠΟΥ ΚΑΤΑΓΡΑΦΕΙ
ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ 3.000 ΚΑΙ ΠΛΕΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

TOP 1000 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΒΑΣΕΙ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ

TOP 200 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΒΑΣΕΙ ΚΕΡΔΩΝ ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ

TOP 200 | ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ ΜΕ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ

40 ΙΣΧΥΡΟΙ ΚΛΑΔΟΙ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

MED&HEALTH BUSINESS



Μ. Ασίας 43 | 152 33 Χαλάνδρι

T 210-7712400 | F 210-7785097 | info@direction.gr

www.direction.gr

Με την παραγγελία της έκδοσης «ΟΙ ΙΣΧΥΡΟΙ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ», θα παραλάβετε δωρεάν και την απολογιστική έκδοση της διοργάνωσης «ΠΡΩΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ», αξίας 150€.

