

IAA
YOUNG PROFESSIONALS

MICUL
EBOOK
AL MARELUI
MARCOM
CAPITOLUL 4

DIANA ANGHELUȚĂ

CUPRINS

1. Hai să ne cunoaștem mai bine	4 - 6
2. Biggest challenges in 2020. Lecții pentru 2021	6 - 7
3. Focus în MarCom 2021	8 - 9
4. Opinion time	10 - 11
5. Despre IAA YP	12



Diana Angheluță

Business Unit Director @ Interactions

Cu o experiență demonstrată de istoricul ei în industria marketingului și a advertising-ului.

Diana are vaste cunoștințe în Marketing Management, Management, Product Marketing și Multi-channel Marketing.

Pasiuni:

- caligrafia
- călătoriile

1 Hai să ne cunoaștem mai bine

➤ **Inspirație și recomandări la început de primăvară: seriale, filme, cărți, articole, podcasturi, documentare, locații de vizitat**

Pentru seriale, filme și documentare, Netflix este principala sursă :)

Recomand **documentarele și docuseriile** crime investigation de pe Netflix: The Trial of the Chicago 7, Making a Murderer, Disappearance of Madeleine McCann, Conversations with a Killer - The Ted Bundy Tapes, Don't f**k with cats: Hunting an Internet Killer.

La **filme** nu stau foarte bine. Ultimul film pe care l-am văzut și îl recomand (deși e din 2014) este The Imitation Game.

Seriale: Broadchurch, The Crown, The Handmaid's Tale, The Undoing.

Podcast-uri: 99% Invisible, Armchair Expert with Dax Shepard, S-a și râs cu Maria, Mincu si Banciu.

➤ **Cărți tipărite sau audio-books?**

Audiobooks lately, în special autobiografiile: Becoming by Michelle Obama, I Can't Make This Up: Life Lessons by Kevin Hart, Greenlights by Matthew McConaughey și A Promised Land by Barack Obama.

➤ Cele mai folosite aplicații în afara agenției

Ca să nu trișez am luat datele direct din telefon: TikTok (prea mult :D), Audible, Spotify și Patreon.

➤ Campanii de vară sau de iarnă?

Campanii de iarnă pentru că au mai multă emoție (timp petrecut cu familia, sărbători, inner peace). În general cele mai memorabile campanii sunt cele din sezonul rece.

➤ Tool-uri utile în work remote

Baza trebuie să fie un trio format din: file management app + project management app + group calling app și aici soluții bune sunt foarte multe, ține doar de preferințele fiecăruia ce alege:

- Google Drive
- Trello
- Google Hangouts
- Jira
- Bitrix
- Teams
- Monday
- Zoom etc.

Recomandarea mea e să nu folosești 10 tool-uri diferite pentru 10 acțiuni. Chiar dacă individual fiecare tool este foarte bun, rezultatul maxim îl obții atunci când tool-urile pe care le folosești sunt conectate între ele.

➤ **Dacă ai putea programa un email către tine cu data 15 ianuarie 2020, ce sfaturi ți-ai da pentru a trece mai ușor peste anul trecut?**

Dragă Diana,

Bucură-te de timpul petrecut la birou, hug your colleagues and buy toilet paper. trust me :D

Pregătește-te să faci modificări și amenajează-ți biroul de acasă.

Pentru că urmează o perioadă în care vei petrece mult timp acasă încearcă să nu stai pe tiktok până la 3 dimineața și înlocuiește din când în când Netflix-ul cu o plimbare în parc.

and stay positive (doar în atitudine și gânduri) ;)

2 **Biggest challenges in 2020. Lecții pentru 2021**

➤ **Cum să pitch-uești corect (și să mai și câștigi) în online?**

Atunci când pitch-uești online ai dezavantajul că pierzi din emoția și impactul pe care poți să le transmiți face to face. Un trick pe care îl aplicăm în prezentările online este să includem content video sau interactiv care creează emoție și captează atenția mai bine decât un content static. Înaintea susținerii online a pitch-ului, ai grijă însă să testezi înainte conexiunea la internet și cât de repede se încarcă contentul video cu share screen-ul activat.

➤ **Cum exersezi creativitatea în echipa în condiții de brainstorming digital?**

O mare parte din procesele noastre de brainstorming s-au transpus foarte ușor și în digital. Iar unde am avut nevoie de puțin ajutor am găsit rapid o soluție inovativă care facilitează share-uirea de idei, feedback și discuții

- <https://www.mural.co/>.

➤ **Cum să menții un work-life balance în work from home?**

Voi recomanda niște lucruri pe care eu trebuie să recunosc că nu le fac mereu. Când lucrezi remote tentația este mare să mai dai câte un mail din pat la 10 - 11 seara. Setează-ți un program și un spațiu dedicat de birou and stick to it.

Take a break - asigură-te că îți iei pauza de prânz corect, departe de laptop.

➤ **Sfaturi de healthy practices în online**

- După terminarea programului de lucru alege o activitate fără blue screen: cooking, citește o carte sau concentrează-te pe o pasiune/hobby. Una din pasiunile mele este caligrafia.
- Verifică screen time-ul de pe telefon și setează downtime & app limits pentru aplicațiile pe care scrollezi ore întregi fără să conștientizezi.

➤ **Cum crezi că va arăta the new normal business wise?**

Cred că multe business-uri și industrii vor trece pe remote working parțial sau full time. Business-urile vor investi sau vor continua să investească în platforme de automatizare (Hubspot, Salesforce) sau în Robotic Process Automation și își vor concentra human value în acțiuni creative și strategice.

3 Focus în MarCom 2021

➤ **Având în vedere schimbările medicale și socio-politice, cum ai abordat strategiile de marketing pentru clienții agențiilor? (Prin comparație începutul anului 2020 vs 2021)**

● 1. Creșterea investiției în Social Media

În 2020 a crescut media de timp petrecut online, în special pe canalele de social media. De asemenea canalele de social media au devenit o sursă de informare de încredere, deci cu atât mai mult e necesară o investiție în acestea.

● 2. Content video

Postările video au fost a doua cea mai puternică sursă de engagement din social media în 2020. Contentul video personalizat pe target poate atrage, menține, educa și chiar încuraja audiența să treacă la pasul următor din buyer's journey.

● 3. Automation and new technology

O altă tactică pe care am abordat-o în strategiile de marketing este să încurajăm clienții să încerce tehnologii noi și adaptate contextului actual: Marketing Automation, Robotic Process Automation, Augmented Reality.

➤ **Shift de perspectivă în strategia de business, de la profit la brand purpose. Ești de părere că va conta și mai mult human marketingul pentru branduri în 2021?**

Cred că tehnologia este în continuă evoluție și, la fel ca orice epocă anterioară a inovației tehnologice, oamenii vor fi în continuare necesari pentru sarcinile creative și strategice. Marketerii se bazează astăzi pe automatizare până în punctul în care uită de limitările tehnologiei și trec cu vederea oportunitățile de a o completa cu conexiunea umană.

➤ **Ce părere ai despre Social Marketing în 2021? Cum ai integra-o în campanii astfel încât să fie de succes?**

În 2021 preconizez că brandurile vor crește procentul de investiție în Social Marketing atât în crearea și promovarea conținutului de pe paginile de brand cât și în colaborarea cu influencerii. În același timp, social listening trebuie să devină o componentă obligatorie în strategia de Social Marketing întrucât acum avem de-a face cu un consumator mult mai tech savvy și trebuie să ne obișnuim să avem „a two way communication” cu acesta.

➤ **Unde mergem în 2021? Care crezi (și de ce) că vor fi canalele cele mai exploatare din punct de vedere al conținutului și nu numai? (ex: Twitch);**

În 2021 cred că platformele consacrate vor rămâne la putere: Youtube, Facebook și Instagram. Însă generația nouă își va îndrepta interesul spre platformele noi: Twitch și Tik Tok sau vor folosi mai mult funcționalitatea de live content pe Instagram și Youtube.

4 Opinion time

➤ Unde ai mai vedea implementată o strategie asemănătoare cu cea a abonamentelor plătite? (de exemplu Apple One)

În toate business-urile care au o varietate de servicii complementare - telecomunicații, servicii medicale, wellness sau chiar servicii de agenție :)

➤ Ce părere ai despre cenzură pe canalele sociale? (aici ne referim la cazurile recente de banere a unor persoane publice). Ce impact consideri că vor avea asupra răspândirii de fake news?

Cenzura pe canalele sociale poate avea rezultate bune sau rele.

Bune

- oprește bullying and hate speech
- protejează copii de conținut neadecvat
- cenzura poate limita răspândirea panicii (ex: Covid)

Rele

- limitează dreptul la libera exprimare
- încetinește flow-ul de informații și content generat
- poate avea un impact economic

➤ Portretul omului de MarCom din 2021. Ce skilluri are, cum abordează situațiile de criză, cum se lasă perceput de public?

Tech savvy, up to date pe tot ce înseamnă tehnologie și trends, activ în social media, a good planner, deschis să apeleze la specialiști atunci când situațiile o cer (consultanță PR, digital, media), să fie o sursă de inspirație și informare pentru public.

➤ **Cum îți atrage atenția un junior? Must have, portofoliu vs studii, doar interviu sau neapărat un test de lucru.**

Contează ce studii are la bază și reprezintă un atu dacă a făcut practică înainte.

Dar cel mai important este să aducă un vibe nou în echipă, să fie o sursă de inspirație pe latest trends, cu know how pe specificul generației lui, energie și dorință să absoarbă informații din jur.

Felicitări! Ai ajuns la finalul capitolului patru! Ne vedem curând cu un nou personaj principal în capitolul cinci.

Până atunci, ne găsești aici:



@iaa_yp



@iaa_yp



@iaa-young-professionals

5 Despre IAA YP

- IAA Young Professionals este un program al IAA ce reunește tineri profesioniști sau studenți în ani terminali de facultate sau master, atrași de pasiunea comună pentru domeniul marketingului și comunicării.
- Cele mai importante proiecte dezvoltate de IAA Young Professionals România sunt: Competiția IAA (concurs de marketing și comunicare), Serile YP (dezbateri și workshop-uri), GalerIAA (evenimente dedicate pasiunilor creative) și Civic Vox (soluții de marketing pentru ONG-uri).
- În întreaga lume există peste 4000 de membri IAA Young Professionals din 33 de țări. IAA YP România este câștigătoarea IAA YP Chapter Excellence Compass Award în 2016, 2018 și 2020, fiind desemnată ca cea mai activă și creativă filială YP din lume.
Viziune și strategie : Promovare – Motivare – Dezvoltare – Relaționare
- IAA YP își propune să formeze și să susțină o rețea dinamică și puternică de tineri profesioniști în marketing și comunicare prin:
 - promovarea beneficiilor industriei
 - motivarea schimbului permanent de idei
 - dezvoltarea unei baze solide de cunoștințe
 - crearea unei rețele dinamice și puternice de comunicare