

BUSINESS COMMUNICATION SERIES - 2014

Promotion Marketing

Κάθε σχέση έχει το δικό της σύμβολο...

ΑΣΗΜΙ

για τους ισχυρούς δεσμούς μιας μακροχρόνιας συμφωνίας

ΟΡΕΙΧΑΛΚΟΣ

για συμβόλαιο που αντέχουν στο χρόνο

ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ

για δουλειές που απαιτούν ευελιξία κινήσεων αλλά και μοντέρνες προοπτικές

ΓΥΑΛΙ

για να αναδείξετε τη διαφάνεια των εργασιών σας

ΠΗΛΟΣ

για επαγγελματικές σχέσεις που απαιτούν ευελιξία

PLEXIGLASS

για επιχειρήσεις που παρακολουθούν πιστά τις εξελίξεις

Γνωρίστε τη Σάμινθος, την εταιρία που δημιουργεί εξατομικευμένα επαγγελματικά δώρα, με έντονη την αίσθηση της πολυτέλειας και της τέχνης. Κλέψτε τις εντυπώσεις στον επιχειρηματικό κόσμο δημιουργώντας το δικό σας προσωπικό - επαγγελματικό δώρο που θα φέρει τη δική σας "σφραγίδα" και θα ικανοποιεί κάθε σας οικονομική, ποιοτική και αισθητική απαίτηση.



Επαγγελματικά Δώρα
Δήμητρα Στάθη

T. Χρυσόχερρ 8
151 26 Μαρούσι
T: 210 8050 842
F: 210 6126 152
M: 697 6514469
E: saminthos@gmail.com
U: www.saminthos.com

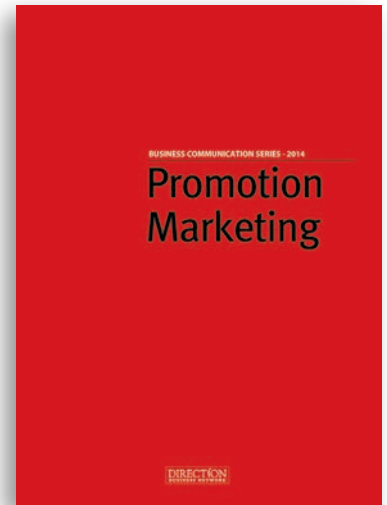
Το δυναμικό promotion marketing

Στη σημερινή εποχή των χιλιάδων μηνυμάτων, των πολλαπλών οθονών και του επικοινωνιακού clutter, διαφημιζόμενοι και brands έχουν απόλυτη ανάγκη να αναζητήσουν νέους τρόπους επικοινωνίας, καθώς και οι επιχειρήσεις να συνδεθούν και να επικοινωνήσουν με τον καταναλωτή σε όλη τη διάρκεια του «ταξιδιού προς το ταμείο», επιδιώκοντας την αλληλεπίδραση μαζί του πριν, κατά τη διάρκεια αλλά και μετά την επίσκεψή του στο σημείο πώλησης. Οι δε τεχνολογικές εξελίξεις και οι διαθέσιμες λύσεις επιτρέπουν τα παραπάνω να γίνουν με άκρως στοχευμένο και μετρήσιμο τρόπο, αναδεικνύοντας και υποστηρίζοντας την αξία των Value for Money επικοινωνιακών προτάσεων.

Αυτός ακριβώς είναι ο ρόλος του promotion marketing που, προκειμένου να κριθεί σαν επιτυχημένο, θα πρέπει να εντοπίσει πού βρίσκεται το «κοινό-στόχος», να ανακαλύψει τι το ενδιαφέρει και να παρουσιάσει κάτι που θα το κάνει να ανταποκριθεί, να συνδεθεί με τη μάρκα ή ακόμη και να προβεί άμεσα σε αγορά. Καθώς δε οι γραμμές μεταξύ digital και αναλογικού, online και offline γίνονται όλο και πιο δυσδιάκριτες και η επικοινωνία είναι πλέον ολιστική και 360°, το promotion αλλάζει μορφή, εμπλουτίζοντας και ενδυναμώνοντας τα μέσα και τις εκτελέσεις του, ενώ παράλληλα αναδεικνύεται σε βασικό κομμάτι της επικοινωνιακής ρητορικής των brands, προσφέροντας κάτι εξαιρετικά πολύτιμο: την άμεση και διαδραστική επαφή με το κοινό ουσιαστικά λίγο «πριν το ταμείο».

Το promotion marketing πρέπει να είναι δυναμικό, να ακολουθεί τις τάσεις και εξελίξεις στην κοινωνία και την αγορά. Οφείλει να προσαρμόζεται στις επιθυμίες του κοινού για να προσφέρει λύσεις με όφελος τόσο γι' αυτό όσο και για τα brands.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου δείχνουν να ξέρουν καλά πώς να το κατορθώνουν...



ΧΡΗΣΤΟΣ ΔΑΜΑΛΑΣ,

ΕΕΔΕ > **04**

CREACE > **06**

EUROGRETA > **08**

MELI ALICE > **10**

**ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΩΘΗΣΗΣ
ΠΩΛΗΣΕΩΝ** > **12**

WEST > **14**

INDEX > **18**

BUSINESS COMMUNICATION SERIES

PROMOTION MARKETING Ετήσια Έκδοση

ΕΚΔΟΤΗΣ: Βαγγέλης Παπαλιός, ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ: Δημήτρης Τσουκαλάς (tsoukalas@direction.gr), ΣΥΝΤΑΞΗ-ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ: Άννα Ανδρεώλα, Μαρία Μπαζίγου, Σόνια Χαϊμαντά, SPECIAL PROJECT MANAGER: Αγάθη Ζορμπά (zorba@direction.gr), ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ: Μάριος Παπαλιός (mpap@direction.gr), ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: Λίνα Δέδε (dede@direction.gr), ΤΜΗΜΑ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ: Αφροδίτη Χατζή (hatzi@direction.gr), ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ: Βασίλης Θυμιανός, ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ: Πηνελόπη Χατζηδημητρίου

Κυκλοφορία: Δεκέμβριος 2014 - Διανέμεται δωρεάν



Μικράς Ασίας 43 | 152 33 Χαλάνδρι | Τηλ: 210 7712400 | Fax: 210 7785097
e-mail: info@direction.gr | www.direction.gr

Ανάγκη για καλές ιδέες

Ο Χρήστος Δαμαλάς, Δ/νων Σύμβουλος της MSPS, εκπροσωπώντας το Συμβούλιο της ΕΔΕΕ στον τομέα του promotion, μας μιλάει για τις τάσεις του κλάδου στην Ελλάδα σήμερα και μας αποκαλύπτει το μέλλον του χώρου.

Ποιος είναι ο ορισμός που θα δίνατε σήμερα στο Promotion; Ποιες είναι οι προβλέψεις σας για τα επόμενα χρόνια;

Ένα μίγμα ενεργειών marketing που στοχεύουν στο να προκαλέσουν την άμεση αντίδραση του κοινού-στόχος παράγοντας μετρήσιμα αποτελέσματα. Άρα, κύρια συστατικά παραμένουν διαχρονικά η αναζήτηση του πού «βρίσκεται» το κοινό-στόχος, τι θα ήταν αυτό που θα προκαλούσε το ενδιαφέρον του, βασισμένο τόσο στις ανάγκες του όσο και στα σύγχρονα κοινωνικά χαρακτηριστικά, καθώς και τι θα το έκανε να ανταποκριθεί στην πρόταση του προϊόντος/μάρκας. Συχνά ο όρος χρησιμοποιείται ακόμα κι όταν το μίγμα των ενεργειών περιλαμβάνει

λιγότερα συστατικά όπως, για παράδειγμα, μια έκπτωση επί της αρχικής τιμής στο ράφι. Η εξέλιξη ακολουθεί απολύτως τις ανάγκες και τις τάσεις της κοινωνίας. Δηλαδή, περισσότερα διαθέσιμα σημεία επαφής, περισσότερες πληροφορίες για τις ανάγκες/τάσεις του κοινού, καθώς και διαφορετικό και επίκαιρο κάθε φορά κίνητρο, για να αποσπάσει κανείς την προσοχή του κοινού. Στα επόμενα χρόνια θα βλέπουμε ολοένα και πιο ολοκληρωμένες ενέργειες, που θα περιλαμβάνουν περισσότερες δράσεις, περισσότερα κανάλια επικοινωνίας και περισσότερα σημεία επαφής με το κοινό. Με άλλα λόγια, δύσκολα θα εντάσσονται στις κατηγοριοποιήσεις και στις περιγραφές του μίγματος marketing (ATL, BTL, PR, Digital κ.λπ.) όπως τις ορίζουμε σήμερα.

Πιστεύετε ότι το promotion έχει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης; Υπό την παραπάνω έννοια, είναι σαφές ότι όσο αυξάνεται το επικοινωνιακό clutter αλλά και οι επιλογές των καταναλωτών, τόσο περισσότερο θα προκύπτει η ανάγκη για αναζήτηση νέων τρόπων προσέγγισης πέρα από τα πιο συμβατικά κανάλια επικοινωνίας. Παράλληλα, πολλαπλασιάζονται οι δυνατότητες που παρουσιάζονται για επικοινωνία και αλληλεπίδραση με τον καταναλωτή σε ολόκληρο τον «κύκλο αγοράς» πριν, κατά τη διάρκεια αλλά και μετά την επισκεψή του στο σημείο

πώλησης. Τέλος, η αύξηση της χρήσης δεδομένων και της ανάλυσης αυτών επιτρέπει τη βελτίωση της στόχευσης αλλά και την πληρέστερη αξιολόγηση των ενεργειών με συνέπεια την αποτελεσματικότερη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων. Λαμβάνοντας υπόψη τα χαρακτηριστικά αυτά, το promotion marketing θα συνεχίσει να εξελίσσεται με ταχύτατους ρυθμούς, παραμένοντας σημαντικό συστατικό του μίγματος marketing των μαρκών.

Ποια είναι τα οφέλη για τους διαφημιζόμενους από ενέργειες Promotion;

Βασικότερο όφελος είναι η αμεσότερη επαφή με το κοινό άρα και η μεγαλύτερη ευχέρεια επηρεασμού του μέσω της διάδρασης, της δοκιμής, της ενημέρωσης, του κινήτρου και οποιουδήποτε άλλου συστατικού εντάσσεται στην κάθε ενέργεια. Παράλληλα, δίνεται η δυνατότητα στους διαφημιζόμενους για μεγαλύτερη μετρησιμότητα και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων, που συνεπάγεται καλύτερη αξιοποίηση των (περιορισμένων πια) πόρων τους. Ένα ακόμα όφελος για τις εταιρείες είναι η διεύρυνση της χρήσης του promotion marketing, τόσο σε ειδικότερα κοινά που δύσκολα μπορεί κανείς να τα προσεγγίσει, όσο για τις B2B ανάγκες τους.

Μια σημαντική εξέλιξη που συνέβη τα τελευταία χρόνια είναι η ραγδαία αύξηση του redemption rate

των price off κουπονιών αγοράς. Πώς ανταποκρίνεται η ελληνική αγορά σε αυτή την τάση;

Τόσο η διευρυμένη χρήση και αποδοχή των εκπτωτικών κουπονιών όσο και των άλλων μορφών προσφορών αποδεικνύει ότι το promotion marketing ακολουθεί την κοινωνία και τις ανάγκες της, αποτελώντας ένα εξαιρετικό εργαλείο για τα προϊόντα/μάρκες να επιλεγθούν από το κοινό τους. Αν παρακολουθήσει κανείς τις ενέργειες promotion marketing, θα διαπιστώσει ότι ανάλογα με τη μάρκα και την επιμέρους αγορά, ακολουθούν απολύτως τις ανάγκες και τάσεις της κοινωνίας. Όταν λοιπόν η ελληνική κοινωνία γίνεται πολύ πιο ευαίσθητη στην τελική τιμή των προϊόντων, οι εταιρείες προσαρμόζουν ανάλογα το μίγμα των ενεργειών τους. Ζητούμενο για κάθε μάρκα παραμένει η διατήρηση της σχετικής ισορροπίας στη χρήση των εκπτωτικών κουπονιών/προσφορών σε σχέση με τις υπόλοιπες ενέργειες που στοχεύουν στην ενίσχυση της εικόνας και της συναισθηματικής σχέσης της με τον καταναλωτή. Αν και συχνά η πίεση για βραχυπρόθεσμα αποτελέσματα κυριαρχεί, γρήγορα οι μάρκες αντιλαμβάνονται ότι χρειάζεται μια πιο ολοκληρωμένη προσέγγιση, που δεν θα αγνοεί την ενίσχυση της αξίας τους.

Το promotion έχει εξελιχθεί σε μια πολυσύνθετη και πολυεπίπεδη δράση με ποικίλους άξονες, η οποία εκμεταλλεύεται τόσο τον ανθρώπινο παράγοντα, όσο και τις νέες τεχνολογίες. Μιλήστε μας για αυτή την εξέλιξη στο χώρο και πόσο έχει διαφοροποιηθεί τα πράγματα σε σχέση με το παρελθόν.

Το promotion marketing καλείται πάντα να προκαλέσει στο κοινό του κάποιο call to action, συχνά αγορά προϊόντος ή υπηρεσίας. Για να το πετύχει αυτό, θα πρέπει να πάει εκεί όπου βρίσκεται το κοινό των brands και θα πρέπει και να του προκαλέσει κάποιου είδους αντίδραση. Συνεπώς, όταν σχεδιάζουμε ένα promotion δεν μπορούμε να μη λάβουμε υπόψη μας το γεγονός ότι το κοινό μας βρίσκεται στο Facebook αρκετές ώρες την



Όσο αυξάνεται το επικοινωνιακό clutter αλλά και οι επιλογές των καταναλωτών, τόσο περισσότερο θα προκύπτει η ανάγκη για αναζήτηση νέων τρόπων προσέγγισης πέρα από τα πιο συμβατικά κανάλια επικοινωνίας.

ημέρα, δεν ζει χωρίς το smartphone του και δεν ψωνίζει τίποτα αν δεν το googλάρει πρώτα κι αν μην έχει σκοπό να το αγοράσει από το Internet. Το promotion πάει όπου πάει το κοινό, συνεπώς δεν θα μπορούσε να μείνει μακριά από digital touch points. Ακόμα και όπου υπάρχει ανθρώπινη επαφή, σήμερα είναι πολύ συνηθισμένο να βλέπουμε προωθήτριες στα σημεία πώλησης ή άλλα σημεία συγκέντρωσης κοινού, να κρατούν tablets για να ενημερώνουν τους καταναλωτές, να συγκεντρώνουν πληροφορίες ή να προκαλούν το ενδιαφέρον τους μέσω video, games, διαγωνισμών κ.λπ. Οι mobile εφαρμογές, τα social media, το Internet σε κάθε του μορφή, έχουν γίνει κύρια συστατικά του promotion marketing mix. Το promotion όμως, είτε στην πιο απλή εκδοχή του είτε

ακόμα περισσότερο στις σύνθετες εκδοχές του, πάντα εκμεταλλευόταν την τεχνολογία για να προσελκύσει ή να ενεργοποιήσει το κοινό. Οι περισσότερες ενέργειες εμπεριέχουν κάποιου είδους τεχνολογία και πολλές τεχνολογίες γίνονται γνωστές στο ευρύ κοινό κυρίως εξαιτίας της χρήσης τους σε promotion, όπως το augmented reality και τα QR codes.

Οι διαφορές σε σχέση με το παρελθόν είναι σημαντικές σε όλα τα επίπεδα. Οι πληροφορίες για το κοινό είναι περισσότερες και ουσιαστικότερες, με αποτέλεσμα να είναι εφικτή η καλύτερη στόχευση. Τα σημεία επαφής με το κοινό είναι πολύ περισσότερα. Η χρήση πολλαπλών καναλιών επικοινωνίας είναι πλέον ο κανόνας και όχι η εξαίρεση. Η διαχείριση των projects έχει γίνει πιο σύνθετη. Τα εργαλεία μέτρησης της αποτελεσματικότητας έχουν πολλαπλασιαστεί κοκ. Ένα χαρακτηριστικό έχει μείνει το ίδιο: η ανάγκη για δημιουργικότητα και καλές ιδέες.

Ποια είναι τα concepts που αναμένεται να απασχολήσουν την αγορά στο βραχυπρόθεσμο μέλλον;

Έδη διακρίνουμε μια συνεχή και έντονη αναζήτηση για βελτιστοποίηση του marketing mix και της επικοινωνίας των μαρκών. Κάποιοι από τους άξονες της αναζήτησης αυτής περιλαμβάνουν:

- την ολοκληρωμένη on-line και off-line σχέση των μαρκών με το κοινό τους
- τη μετατροπή της on-line «φιλίας» με ένα brand, σε αποδεδειγμένη και ιδανικά επαναλαμβανόμενη αγορά
- την αξιολόγηση και ενσωμάτωση των on-line αγορών στα υφιστάμενα κανάλια πωλήσεων
- το χτίσιμο (από την αρχή) brand loyalty στη μετά «1+1» εποχή
- τη συγκέντρωση, διαχείριση και ανάλυση μεγάλου όγκου πληροφοριών
- τη διαρκή μέτρηση και αξιολόγηση κάθε επένδυσης στο marketing καθώς και την αποδοχή του trial & error σαν αποδεκτή μεθοδολογία βελτίωσης.

a journey with destination

Στις μέρες μας περισσότερο από κάθε εποχή τα πολλά λόγια είναι περιττά. Στο ανταγωνιστικότερο περιβάλλον της τελευταίας εικοσαετίας, η σύγκριση ποιότητας – τιμής των υπηρεσιών είναι ο παράγοντας που σταθμίζει το αποτέλεσμα.

Εμείς στην CREACE απαντάμε με συνέπεια και ευελιξία σ' αυτά τα ζητούμενα, στηριζόμενοι στη φιλοσοφία ότι πραγματικός πελάτης είναι ο καταναλωτής του πελάτη μας

Κατανοώντας ότι η δαπάνη σε below και above ενέργειες προσδοκά πολλαπλή επιστροφή της επένδυσης, διαχειριζόμαστε με σύνεση, διορατικότητα και δημιουργική φαντασία κάθε brief και είμαστε έτοιμοι ν' ανταποκριθούμε άμεσα και υπεύθυνα.

Η CREACE διανύοντας το τρίτο έτος λειτουργίας της παρουσιάζει ένα εξαιρετικό portfolio εταιρειών

- DIAGEO HELLAS
- COTY PRESTIGE HELLAS
- NOTOS COM
- GR. SARANTIS
- ESTEE LAUDER
- LG ELECTRONICS
- EUROBANK CARDS
- INTERBUS
- AON
- GENERAL MOTORS
- COSMOTE
- CHICCO

οι οποίες της έχουν εμπιστευθεί μια σειρά από μεγάλα project υλοποίησης, δημιουργίας και κατασκευών καθώς και το χειρισμό μεγάλων χορηγικών πακέτων. Είμαστε περήφανοι που συνεχίζουμε να δημιουργούμε και να υλοποιούμε γι' αυτούς και είμαστε έτοιμοι ν' ανταποκριθούμε σε κάθε νέα πρόκληση.

ΟΝΟΜΑ

creace sa

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Ανδρέα Παπανδρέου 13, Μαρούσι 15124 Αθήνα

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 6100056

E-MAIL

info@creace.gr

WEBSITE

creace.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Φλαμπούρης Γιάννης

btl activities



- Concept
- On trade promotion
- Off trade promotion
- Προώθηση τραπεζικών προϊόντων
- Τραπεζική διαμεσολάβηση
- Sampling – Εντυποδιανομές
- Special Events
- Interactive Events
- Merchandising
- Συνέδρια – παρουσιάσεις
- Διαγωνισμοί κληρώσεις
- Χαρτογράφηση και έλεγχος σημείων
- Direct marketing
- Back office support
- Παραγωγή στολών
- Υλικά & δώρα promotion

- Creative - Construction
- New Technologies
- Industrial Design
- Interior Design
- Graphic Design

creative & construction



Global Best promoter
Award 2014



Eurogreta

Promotion Marketing, Trade Support & 360° Design



Η Eurogreta ιδρύθηκε το 1980. Ξεκίνησε ως εταιρεία υποστήριξης πωλήσεων με προωθητικές ενέργειες, τόσο in store όσο και outdoor, θέτοντας τις βάσεις για το promotion στην ελληνική αγορά.

Η υψηλή εξειδίκευση και τεχνογνωσία που προσφέρει η πολυετής εμπειρία μας, αλλά κυρίως η δημιουργική διάθεση των ανθρώπων μας, μας έχουν κατατάξει σε μία από τις κορυφαίες εταιρείες στο χώρο του field marketing.

Πιο συγκεκριμένα, οι υπηρεσίες που προσφέρει η Eurogreta αφορούν στην προώθηση πωλήσεων, στη διοργάνωση event και στην υποστήριξη εμπορικής δραστηριότητας μέσω merchandising, δειγματοδιανομών και διαγωνισμών.

Επιπλέον, ανταποκρινόμενοι στις ανάγκες των πελατών μας για παροχή ολοκληρωμένων λύσεων BTL, από το 2004 έχουμε in house δημιουργικό τμήμα, το οποίο αναλαμβάνει το σχεδιασμό και την υλοποίηση εξατομικευμένων κατασκευών.

Στην πορεία των τελευταίων 34 ετών, έχουμε συνεργαστεί με τις περισσότερες ελληνικές και πολυεθνικές εταιρείες σχεδόν σε όλους τους τομείς του εμπορίου και των υπηρεσιών.

Το γεγονός ότι με πολλές από αυτές τις εταιρείες διανύουμε την τέταρτη δεκαετία συνεχούς συνεργασίας, αποτελεί για εμάς όχι μόνο ιδιαίτερη τιμή αλλά και έμπρακτη αναγνώριση των προσπαθειών μας για παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών.



WE JUST KNOW HOW



promotion marketing
trade support
360° design

ΟΝΟΜΑ

Eurogreta

marketing communication & design services

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Ανδρέα Παπανδρέου 108, Γλυφάδα Τ.Κ 166 74

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 9427900

E-MAIL

info@eurogreta.gr

WEBSITE

www.eurogretaglobal.com

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Μηνάς Τριαλώνης
Business Development Director



eurogreta
global

marketing communication & design services



WE JUST
KNOW
HOW

...

promotion marketing

trade support

360° design



MeliAlice

Οι ραγδαίες αλλαγές, τόσο στο λιανεμπόριο όσο και στην καταναλωτική συμπεριφορά, διαμόρφωσαν ένα διαφορετικό πλαίσιο και δημιούργησαν την ανάγκη για νέες μορφές επικοινωνίας.

Η εταιρεία MeliAlice είναι μια εταιρεία παροχής υπηρεσιών σε θέματα below the line marketing, μια σύγχρονη επιχείρηση ολοκληρωμένων υπηρεσιών sales promotion, promotional merchandise, spin & marketing mix modeling.

Κάθε πελάτης αποτελεί για εμάς μοναδική περίπτωση, που απαιτεί ξεχωριστή προσέγγιση. Κάθε έργο αρχίζει με λεπτομερειακή και σε βάθος ανάλυση των αναγκών, που μας επιτρέπει να κατανοήσουμε τόσο τις ιδιαιτερότητες των προϊόντων όσο και τις

προτεραιότητές σας. Έτσι, οι λύσεις που προτείνουμε ανταποκρίνονται στις συγκεκριμένες απαιτήσεις σας. Έχουμε την ευελιξία να σχεδιάζουμε προωθητικά προγράμματα και special events, με σκοπό την καλύτερη προβολή των προϊόντων, τη βελτίωση της εικόνας τους στα μάτια του κοινού που απευθύνονται και τελικά την αύξηση των πωλήσεών τους.

Αυτό που μας κάνει να ξεχωρίζουμε, είναι η δέσμευσή μας για δημιουργική και ποιοτική συνεργασία με σκοπό το σωστό αποτέλεσμα. Η ευελιξία, η αμεσότητα και η αποδοτικότητα είναι παράγοντες που βοηθούν στο να επιτύχουμε αυτό που έχουμε θέσει ως στόχο: να αγγίξουμε τον καταναλωτή.

Χάρη στις υψηλού επιπέδου υπηρεσίες που προσφέρουμε, την εξειδίκευση, την εμπειρία και την αποτελεσματική προσέγγιση της κάθε συνεργασίας, θέλουμε να γίνουμε ο κατάλληλος συνεργάτης σας ακόμη και στα πιο πολύπλοκα έργα σας.

ΟΝΟΜΑ:
"MeliAlice" - Events, Marketing, Promotions

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:
Μάρκου Μπότσαρη 15, 153 44 Γέρακας

ΤΗΛΕΦΩΝΟ:
210-6754512

E-MAIL:
info@melialice.gr

WEBSITE:
www.melialice.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:
Χαρά Κολιοπούλου
hara.koliopoulou@melialice.gr



37 χρόνια sales promotion center

Ένα smart platform στη διάθεση του σύγχρονου marketer

sales promotion center

Το sales promotion center, που ξεκίνησε και ουσιαστικά διαμόρφωσε το χώρο του below-the-line μέσα από μια μακρά πορεία 37 χρόνων, εξελίσσεται σε μια πλατφόρμα με ειδικές «εφαρμογές», που προσαρμόζονται στις σύγχρονες ανάγκες των brands.

Η νέα εταιρική επικοινωνία του sales promotion center αναφέρεται αρχικά στην ανάγκη διασφάλισης των below-the-line ενεργειών των brands, κάτι που επιτυγχάνεται μέσα από τη μακρόχρονη εμπειρία της εταιρείας, το σημαντικό ρόλο της οργάνωσης και της εταιρικής δομής δεδομένων των νέων πολύπλοκων προωθητικών ενεργειών και, φυσικά, τις δημιουργικές ιδέες που απαιτούνται πλέον ακόμα πιο έντονα για την πρωτότυπη επικοινωνία των brands.

Οι βάσεις και οι στόχοι ενός below-the-line προγράμματος δεν έχουν αλλάξει. Οι δύο βασικές αξίες του below-the-line, δηλαδή η άμεση επαφή με τον καταναλωτή και τα άμεσα και μετρήσιμα αποτελέσματα, είναι αξίες διαχρονικές.

Η επιτυχία, επίσης, ενός τέτοιου προγράμματος θα απαιτεί πάντα ένα

ολοκληρωμένο και ξεκάθαρο brief, ένα σωστό επικοινωνιακό σχεδιασμό, που θα συνάδει με τη συνολική επικοινωνία του brand και με τον εκάστοτε στόχο, ένα απόλυτα οργανωμένο και συγκροτημένο operation από την προετοιμασία μέχρι και το κλείσιμο της ενέργειας -με ιδιαίτερη έμφαση στο σωστά επιλεγμένο και άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό- και φυσικά ένα ολοκληρωμένο και περιεκτικό report, που εκτός από τα άμεσα αποτελέσματα, θα δώσει και όλη την insight πληροφόρηση που έχει ιδιαίτερη σημασία για την εκτίμηση και την εξέλιξη της ενέργειας.

Το sales promotion center, με σημαντική εμπειρία, έχει όλο εκείνο το know-how που απαιτείται για να αντιμετωπισθούν όλες οι νέες πολύπλοκες και πιο σύνθετες προϋποθέσεις διενέργειας των below-the-line προγραμμάτων και έχοντας δεδομένη την εξελιγμένη δομή και οργάνωσή του, μπορεί να επινοεί, να δημιουργεί και να υλοποιεί φρέσκες ιδέες υποστήριξης των brands σε όλο το φάσμα της επικοινωνίας.

Αυτό που αλλάζει όμως είναι το πλαίσιο και το περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί ο σύγχρονος καταναλωτής και μαζί με αυτά χρειάζεται να εξελιχθούν οι τρόποι και τα μέσα επικοινωνίας μαζί του.

Έχοντας περάσει από τον υπερκαταναλωτισμό στην επιλεκτική και

προσεκτική κατανάλωση, φαίνεται ξεκάθαρα ότι η δύναμη που κάποτε ήταν στα χέρια της βιομηχανίας και στη συνέχεια του retail, σήμερα περνάει στα χέρια του ίδιου του καταναλωτή, ο οποίος πλέον καθορίζει και τον τρόπο επικοινωνίας και εμπλοκής που έχουν τα brands μαζί του. Ο καταναλωτής θέλει και αναζητά τη διαδραστικότητα με τα brands και μέσα απ' αυτήν την εμπειρία, τα διαμορφώνει τελικά ο ίδιος, όπως του αρέσει.

Αν σκεφτούμε άλλωστε όλες αυτές τις καμπάνιες, που εκτός από το experience που διεκδικούν από τον καταναλωτή, πολλές φορές σχεδιάζουν personalized προϊόντα για καθένα ξεχωριστά ή του ζητούν να επηρεάσει την εικόνα του brand μέσα από sharing platforms, τότε θα διαπιστώσουμε ακριβώς τι σημαίνει συνδιαμόρφωση της εικόνας του brand και πώς προκύπτει τελικά το πολυπόθητο

ΟΝΟΜΑ
Κέντρο Προωθήσεως Πωλήσεων Α.Ε.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:
Σώστρατου 21-23, 117 43 Αθήνα

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 9249180

FAX
210 9232308

E-MAIL
info@spc.com.gr

WEBSITE
www.spc.com.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Πέτρος Ιμριζιάδης

engagement. Τα brands, εξάλλου, γίνονται όλο και πιο ευαίσθητα στην εμπειρία που μπορεί να έχει ο καταναλωτής μαζί τους, ακριβώς για όλους τους παραπάνω λόγους.

Το sales promotion center, αναγνωρίζοντας αυτές τις εξελίξεις, προσαρμόζει την προσέγγιση προς τον καταναλωτή/αποδέκτη και εστιάζει στο σωστό χρόνο, τρόπο και τόπο της επαφής μαζί του, με γνώμονα την ψυχολογημένη προσέγγιση.

Η προσέγγιση omnichannel, άλλωστε, δεν αποτελεί για την εταιρεία μια καινούργια τάση, αφού **η ολιστική αντιμετώπιση του καταναλωτή, όχι μόνο μεταξύ on και off line, αλλά και μεταξύ των διαφορετικών μεθόδων και καναλιών του off line**, είναι μια εταιρική επιλογή πολλών ετών.

Στόχος του sales promotion center ήταν πάντα η επέμβαση σε όλα τα στάδια της αλυσίδας του προϊόντος μέχρι να φτάσει στα χέρια του καταναλωτή, δίνοντας έτσι στα brands όλες τις ευκαιρίες επικοινωνίας που μπορεί να έχουν στην επαφή τους με τον καταναλωτή ή τον ενδιάμεσο, διατηρώντας αναλλοίωτα το μήνυμα και το brand experience.

Μέσα απ' όλες αυτές τις αλλαγές, εξελίχθηκε πλέον το sales promotion center σε μια smart platform με διαφορετικά "applications" για διαφορετικές απαιτήσεις.

Δύο νέες «εφαρμογές» έρχονται να προστεθούν στο σύνολο των εργαλείων που διαθέτει η εταιρεία.

Το νέο **σύστημα KOS**, που στόχος του είναι η παρακολούθηση, προβολή και τελικά η επέμβαση συνολικά στα μικρά σημεία λιανικής πώλησης, επεμβαίνει δυναμικά στον ενδιάμεσο, αλλά και στον τελικό καταναλωτή, σε μια αγορά που δεν είχε μέχρι σήμερα συστηματοποιημένη αντιμετώπιση.

Ενώ το **Volt@thens**, που δημιουργήθηκε σε συνεργασία με την Athens Voice, μπορεί να προσελκύσει επιπλέον κοινό στις προωθητικές ενέργειες που πραγματοποιούνται και πρωτοτυπεί αποτελώντας στην ουσία μια μοναδική ευκαιρία σύνδεσης του above-the-line με το below-the-line.

Φυσικά, όλα αυτά υποστηριζόμενα από τη νέα τεχνολογία, που αποτελεί για το σύγχρονο marketer μια απέραντη πηγή διαφοροποίησης και προσέλκυσης του target group και ενισχύει συνολικά το brand engagement. Η εταιρεία εντάσσει συνεχώς όλο και περισσότερο τη νέα τεχνολογία στην καθημερινότητά της σε όλες τις εκφάνσεις της λειτουργίας της, εσωτερικά ή στα προωθητικά προγράμματα για λογαριασμό πελατών της.

Οι τεχνολογικές εφαρμογές όμως δεν αποτελούν αυτοσκοπό για το sales promotion center, **αλλά μέσο για να ολοκληρωθεί η επαφή με τον καταναλωτή και να εκμαιεύσουμε με αυτόν τον τρόπο, εκτός του άμεσου αποτελέσματος, όλα εκείνα τα στοιχεία που δημιουργούν προϋποθέσεις για data driven marketing.**

Η εταιρεία διαθέτει άλλωστε το προσωπικό αυτό που, με γνώση και εμπειρία, μπορεί να διαβάσει πίσω από τα στοιχεία και να κάνει τις σωστές εκτιμήσεις. Ειδικά στα below-the-line προγράμματα, η τεχνολογία, με την αμεσότητα και τις λεπτομερείς πληροφορίες της, μπορεί να οδηγήσει σε fine tunings την επόμενη κιόλας στιγμή και επομένως στη μεγιστοποίηση των αποτελεσμάτων άμεσα!

Όλα αυτά συγκλίνουν στην πολυπλοκότητα και στην πολυεπίπεδη υλοποίηση των σύγχρονων προωθητικών προγραμμάτων και αναδεικνύουν τη σημασία ενός σφικτού project management.

Οι project managers γνωρίζουν από κατασκευαστικές λύσεις που βοηθούν

στο visibility και το branding των χώρων, μέχρι logistics· από τεχνικές διαχείρισης προσωπικού, μέχρι και διαχείριση πωλήσεων και bonus schemes και, φυσικά, όλες τις νέες τεχνολογικές εφαρμογές.

Στο sales promotion center υπάρχουν παλιά, έμπειρα και ικανά στελέχη, νέα, πολλά υποσχόμενα με δυναμική, και νεότερα, ελπιδοφόρα που εκκολάπτονται. Άλλωστε η οργάνωση και η δομή της εταιρείας που χτίζονται και εξελίσσονται καθημερινά όλα αυτά τα 37 χρόνια, αποκλειστικό στόχο έχουν να βοηθούν τα στελέχη στο έργο τους, αφού το στελεχικό δυναμικό σε μια εταιρεία παροχής υπηρεσιών είναι το Α και το Ω.

Με αυτό το σύνολο στελεχών η εταιρεία βρίσκεται πάντα μπροστά από τις εξελίξεις, αντιμετωπίζοντας κάθε project από μηδενική βάση και με γνώμονα την πολυσχιδή της εμπειρία, καταλήγει πάντα σε κάτι νέο, φρέσκο και διαφορετικό, που δίνει στα brands καινούργιες ευκαιρίες, λύσεις ή εκφράσεις, ώστε να προσδίδει πάντα προστιθέμενη αξία σε αυτά, όσο βραχυπρόθεσμη ή μακροπρόθεσμη μπορεί να είναι μια ενέργεια.

Αποκλειστικός στόχος είναι η επιλογή του brand από τον τελικό καταναλωτή, μετατρέποντας το πλάνο επικοινωνίας σε πώληση μέσα από το πιο αποδοτικό μείγμα των "apps" του sales promotion center.

Το επίκεντρο είναι πάντα για το sales promotion center, το brand, το προϊόν, ο πελάτης. Δεν είναι τυχαίο ότι υπάρχουν συνεργασίες δεκαετιών που ακόμα ανθίζουν. Αυτές οι μακροχρόνιες σχέσεις συνεργασίας που έχουν χτιστεί, βασίζονται στα αποτελέσματα και στην αμοιβαία εμπιστοσύνη, που με τα χρόνια συνεχώς αναπτύσσονται.

Αυτή είναι και η μεγαλύτερη αξία του sales promotion center και η σπουδαιότερη ανταμοιβή που απολαμβάνει σήμερα.

WEST A.E.

Η WEST A.E. δραστηριοποιείται στο χώρο της επικοινωνίας από το 1994.

Έχει κατακτήσει μια σημαντική θέση στην ελληνική και ευρωπαϊκή αγορά, παρέχοντας υψηλό επίπεδο ολοκληρωμένων και πιστοποιημένων υπηρεσιών.

Η πολύχρονη παρουσία της στο χώρο, το ευρύ πελατολόγιό της αλλά και η συνεχής επιβράβευση των παρεχόμενων υπηρεσιών της, εγγυώνται την άψογη υλοποίηση των έργων που σχεδιάζει, δημιουργεί και υλοποιεί.

Η **WEST A.E.** λειτουργεί με υπερσύγχρονες μεθόδους σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα και επενδύει σταθερά σε νέες τεχνολογίες, καθώς και στη συνεχή εκπαίδευση του προσωπικού της.

Η WEST A.E. εν συντομία

Η εταιρεία διαθέτει εξαιρετικά έμπειρο προσωπικό, με εξειδίκευση στο σχεδιασμό στοχευμένων προωθητικών ενεργειών, ενώ παράλληλα αξιοποιεί τις νέες τεχνολογίες για την υλοποίηση των δράσεών της.

Το «βαρύ» πελατολόγιό της και η διαρκής αύξηση τόσο του τζίρου όσο και των κερδών της, αναδεικνύουν τη WEST A.E. σε αξιόπιστο «στρατηγικό εταίρο» για τους πελάτες που θέλουν να καλύψουν τις ανάγκες τους, με πρωτότυπες και αποδοτικές προτάσεις, οι οποίες παρέχονται σε ανταγωνιστικές τιμές.

Από την ίδρυσή της, η εταιρεία προσανατολίστηκε στρατηγικά στην ανάπτυξη πολύπλευρης δραστηριότητας, την οποία πλαισίωσε με νέες τεχνολογίες, αναπτύσσοντας εξειδικευμένες λύσεις γύρω από την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών.

ΟΝΟΜΑ
WEST S.A.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Μάνου Χατζηδάκη 4, 152 38 Χαλάνδρι

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 6390010

E-MAIL
west@westsa.gr

WEBSITE
www.westsa.gr



Η WEST A.E. διαθέτει ιδιόκτητα γραφεία στην Αθήνα, την Πάτρα, τα Ιωάννινα και τη Θεσσαλονίκη, μεγάλους αποθηκευτικούς χώρους, σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό και είναι πιστοποιημένη με ISO 9001/2000.

Οι υπηρεσίες μας

• Sales Promotion

Η εταιρεία μας εξειδικεύεται σε ενέργειες Sales Promotion (Trade Events, In store Activations, Product Sampling, Event Management, Corporate Events, Product Demonstrations & Trials, Promotional Contests, btl Concept Building, Sponsorships κ.ά.)

• Postal Services

Οι ταχυδρομικές μας υπηρεσίες συμβαδίζουν με τη φιλοσοφία της εταιρείας μας: Συνέπεια - Επαγγελματισμός - Εμπειρία.

Λειτουργούμε σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα και κατέχουμε εγκεκριμένη πιστοποίηση από την ΕΕΤΤ (Εθνική Επιτροπή Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων).

Το ταχυδρομικό μας τμήμα παρέχει ολοκληρωμένες ταχυδρομικές υπηρεσίες όπως: αποστολή αλληλογραφίας, αποστολή αντικειμένων (π.χ. press kits), αποστολή διαφημιστικών φυλλαδίων και προϊόντικών δειγμάτων. Οι αποστολές γίνονται σε διευθύνσεις που υποδεικνύουν οι πελάτες μας.

• Merchandising

Το τμήμα merchandising, διαθέτει έμπειρο προσωπικό, το οποίο οργανώνει και ελέγχει έργα merchandising - πωλήσεων για ελκυστικά και ενημερωμένα ράφια. Η αποστολή του εν λόγω τμήματός μας είναι να σχεδιάζει και να υλοποιεί προγράμματα τα οποία αυξάνουν τα μερίδια ραφίου, βελτιώνουν τη διανομή και αυξάνουν τις πωλήσεις. Όλα τα παραπάνω επιτυγχάνονται από τους έμπειρους Managers που οργανώνουν και επιβλέπουν τα έργα και οι οποίοι αξιοποιούν τα Συστήματα Δυναμικής Πληροφόρησης της εταιρείας (Online Report, Navigator System για την οργάνωση των δρομολογίων κ.ά.).

• Direct sales

Διαθέτουμε οργανωμένο τμήμα πωλήσεων που έχει ως σκοπό την πώληση προϊόντων και υπηρεσιών. Προσφέρουμε υπηρεσίες πώλησης B2B καθώς και B2C, με εξειδίκευση σε door2door πωλήσεις.

• Advertising

Η δημιουργική ομάδα της WEST A.E. προτείνει και υλοποιεί ιδέες που στοχεύουν στην άμεση προβολή του προϊόντος στον καταναλωτή. Για την επίτευξη των στόχων αναπτύσσει νέες τεχνικές παραγωγής (ρομπότ για επεξεργασία τρισδιάστατων κατασκευών, multimedia production, 3D printing). Μεταξύ άλλων, η εταιρεία είναι σε θέση να προσφέρει στους πελάτες της υπηρεσίες ανάπτυξης εταιρικής ταυτότητας, λογότυπο δημιουργικό για διαφημιστικά έντυπα, αφίσες και Banners, Special Packaging, Promotion, materials, Stands Design, Push & Pull concept events, Database Marketing, Mobile Marketing Services κ.ά.

Οι «εγγυήσεις» μας

Με εφόδια τη μακρόχρονη εμπειρία και την άρτια τεχνογνωσία μας, το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό μας, τις καινοτόμους ιδέες και δράσεις μας, την παροχή αξιόπιστων υπηρεσιών και την ανάπτυξη των ανθρώπων μας, έχουμε κατακτήσει ένα ισχυρό brand name και ένα αξιόλογο πελατολόγιο, στο οποίο περιλαμβάνονται ονόματα μεγάλων πολυεθνικών και ελληνικών εταιρειών.

Τα «εργαλεία» μας

Για το κάθε τμήμα η εταιρεία μας έχει αναπτύξει ηλεκτρονικά συστήματα μέσω των οποίων εφαρμόζονται όλες οι απαραίτητες διαδικασίες, που εξασφαλίζουν την άρτια παροχή υπηρεσιών προς τους πελάτες μας (WOR, WSP, ERP, CRM, IMAGE RECOGNITION etc).

Τα εν λόγω συστήματα επιτρέπουν σε όλους τους εργαζομένους να διαχειρίζονται σωστά τους πόρους που τους παρέχονται και να έχουν πρόσβαση σε όλες τις πληροφορίες που χρειάζονται για να εκτελέσουν τα καθήκοντά τους.



Οι άνθρωποί μας

Ο άνθρωπος παράγοντας αποτελεί στοιχείο καθοριστικής σημασίας για τη WEST A.E., καθώς η εκπλήρωση των στόχων της στηρίζεται στην ύπαρξη άρτια εκπαιδευμένου, εξειδικευμένου και έμπειρου ανθρώπινου δυναμικού. Η εταιρεία μας παρέχει

άψογο εργασιακό περιβάλλον που διέπεται από πνεύμα ομαδικότητας, συνεργασίας και συνεχούς αναζήτησης γνώσης. Ενστερνιζόμαστε τη φιλοσοφία της «διά βίου μάθησης» και επενδύουμε σε συνεχή εκπαίδευση και πρόσβαση σε νέες πηγές γνώσης.

Η δέσμευσή μας

Σταθερή επιδίωξή μας είναι η δημιουργία ισχυρών δεσμών συνεργασίας στη βάση της ποιότητας, της αξιοπιστίας, της συνέπειας και της ορθολογικής σχέσης ποιότητας -τιμής. Με βασική αρχή την ειλικρίνεια και το σεβασμό σε όλες μας τις συμφωνίες, αναλαμβάνουμε και υλοποιούμε δράσεις που αποδεικνύουν σταθερά στους πελάτες μας ότι συνεισφέρουμε στις επιτυχίες τους.

Είμαστε σε διαρκή εγρήγορση ώστε να αντιλαμβανόμαστε πρώτοι και να σχεδιάζουμε ενέργειες που ανταποκρίνονται στο διαρκώς μεταβαλλόμενο και αυξημένων απαιτήσεων κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον. Δεν μένουμε στάσιμοι. Δημιουργούμε τεχνογνωσία, εξελισσόμαστε και





βελτιωνόμαστε διαρκώς σε όλους τους τομείς. Με ακεραιότητα, εντιμότητα, και αγάπη για τους ανθρώπους και τον κλάδο μας.

Το όραμά μας

Η διαρκής ανάπτυξη νέων τρόπων προσέγγισης της επιχειρηματικής μας δραστηριότητας, με τρόπο που να διευκολύνει τη διαρκή αύξηση των μεγεθών της εταιρείας, αλλά ταυτόχρονα προσφέροντας βιώσιμη ανάπτυξη των κοινωνιών και του περιβάλλοντος στα οποία δραστηριοποιείται.

Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η εταιρεία μας προωθεί συνειδητά και σταθερά τις αρχές της Κοινωνικής Εταιρικής Ευθύνης, επιλέγοντας δράσεις που την καθιστούν ενεργό κύτταρο του κοινωνικού μας ιστού. Ταυτίζουμε την εταιρική κοινωνική μας ευθύνη με δράσεις που στηρίζουν και αναπτύσσουν δυναμικά την έννοια της προσφοράς.

Στο πλαίσιο της ΕΚΕ, η West A.E. είναι επίσημος χορηγός του **Συνδέσμου Θεραπευτικής Ιππασίας Ελλάδας**, ο οποίος εδρεύει στο Γουδί και προσφέρει προγράμματα αποκατάστασης που χρησιμοποιούν το άλογο ως μέσο θεραπείας για τη βελτίωση της υγείας και της ποιότητας ζωής των ατόμων με φυσική, νοητική ή συναισθηματική υστέρηση. Η θεραπευτική ιππασία είναι ένα πραγματικό έργο ζωής, το οποίο χαρίζει μοναδικές εμπειρίες στα άτομα με ειδικές ανάγκες που τόσο ανάγκη έχουν να ανακαλύψουν νέες δυνατότητες, έξω και πέρα από τις συνηθισμένες θεραπείες (υδροθεραπεία, φυσιοθεραπεία κ.ά.).

Με την υποστήριξη του Συνδέσμου Θεραπευτικής Ιππασίας Ελλάδας δημιουργήσαμε **Πρότυπο Κέντρο Θεραπευτικής Ιππασίας** για δωρεάν προγράμματα - συνεδρίες στη Δυτική Ελλάδα και συγκεκριμένα στην περιοχή της Ναυπακτίας. Στόχος μας είναι να βοηθήσουμε ομάδες ανθρώπων με ειδικές ανάγκες που δεν έχουν τη δυνατότητα να μετακινηθούν στην πρωτεύουσα, να βρουν πολύ κοντά τους τη θεραπευτική ιππασία.

Η σταθερή φιλοσοφία της West A.E. "ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ-ΣΥΝΕΠΕΙΑ-ΕΝΤΙΜΟΤΗΤΑ- ΑΝΘΡΩΠΙΑ" αποτελεί το θεμέλιο λίθο μιας πορείας 20 χρόνων.

Αυτή η φιλοσοφία αποδεικνύεται εξαιρετικά ανθεκτική, ακόμη και σε συνθήκες κρίσης όπως αυτή που γνωρίζει η χώρα μας τα τελευταία χρόνια.

Η εταιρεία μας συνεχίζοντας την ανοδική της πορεία και προβλέποντας τις συνεχώς εξελισσόμενες ανάγκες των πελατών της, επενδύει τόσο σε ανθρώπινο δυναμικό όσο και σε νέες τεχνολογίες, προκειμένου να προσφέρει καινοτόμους λύσεις στην ελληνική αγορά οι οποίες μειώνουν το κόστος και βελτιώνουν τη διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών.

Αντώνης Διον. Ποταμίτης





CREACE SA

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ΑΝΔΡΕΑ ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ 13, ΜΑΡΟΥΣΙ,
151 24 ΑΘΗΝΑ

ΤΗΛΕΦΩΝΟ:

210 6100056

E-MAIL:

INFO@CREACE.GR

WEBSITE:

WWW.CREACE.GR

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

ΓΙΑΝΝΗΣ ΦΛΑΜΠΟΥΡΗΣ



EUROGRETA - MARKETING COMMUNICATION & DESIGN SERVICES

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ΑΝΔΡΕΑ ΠΑΠΑΝΔΡΕΟΥ 108, ΓΛΥΦΑΔΑ,
166 74 ΑΘΗΝΑ

ΤΗΛΕΦΩΝΟ:

210 9427900

E-MAIL:

INFO@EUROGRETA.GR

WEBSITE:

WWW.EUROGRETAGLOBAL.COM

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

ΜΗΝΑΣ ΤΡΙΑΛΩΝΗΣ,
BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR



MELIALICE - EVENTS, MARKETING, PROMOTIONS

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ΜΑΡΚΟΥ ΜΠΟΤΣΑΡΗ 15, ΓΕΡΑΚΑΣ,
15344 ΑΘΗΝΑ

ΤΗΛΕΦΩΝΟ:

210 6754512

E-MAIL:

INFO@MELIALICE.GR

WEBSITE:

WWW.MELIALICE.GR

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

ΧΑΡΑ ΚΟΛΙΟΠΟΥΛΟΥ - MOB: 695 1864788,
E-MAIL: HARA.KOLIOPOULOU@MELIALICE.GR



SALES PROMOTION CENTER - ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΑ ΠΡΩΘΗΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

ΣΩΣΤΡΑΤΟΥ 21-23,
117 43 ΑΘΗΝΑ

ΤΗΛΕΦΩΝΟ:

210 9249180

FAX:

210 9232308

E-MAIL:

INFO@SPC.COM.GR

WEBSITE:

WWW.SPC.COM.GR

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ:

ΠΕΤΡΟΣ ΙΜΙΡΖΙΑΔΗΣ



WEST S.A.

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

ΜΑΝΟΥ ΧΑΤΖΗΔΑΚΗ 4,
152 38 ΧΑΛΑΝΔΡΙ

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 6390010

E-MAIL

WEST@WESTSA.GR

WEBSITE

WWW.WESTSA.GR

advertising.gr

Η ΑΠΟΛΥΤΗ ΠΗΓΗ ONLINE ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ
ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
ΚΑΙ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

The screenshot displays the homepage of the advertising.gr website. At the top, there's a navigation bar with the BusinessNews.gr logo and the tagline "Ξέρουμε πολλά." (We know a lot.). Below this, a secondary navigation bar lists categories: ΑΓΟΡΑ, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ, ΕΚΕ, ΜΜΕ, BUS. SCHOOLS, ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ, ΠΡΟΣΩΠΑ, and GALLERY. The main header features the "advertising.gr" logo and the date "Τρίτη 1 Ιουλίου 2014". A horizontal menu lists various content types: Home, News, Specs, New Business, Research, Events, Press Releases, Links & Blogs, Magazines, Advertising, Creativity, Design, Interactive Marketing, Marketing, Media, Public Relations, Awards, Market Statistics, and more. The main content area is divided into several sections. A large featured article titled "#AegeanLineup" promotes a campaign for the Aegean Airlines, featuring a group photo of the airline's staff. To the right, there are smaller advertisements, including one for "ad.gr" and another for "ΟΙ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ ΤΟΥ ΤΖΑΜΠΑ". Below the main article, there are more news snippets, such as "THE LEFTOVERS, νέα σειρά μυστηρίου στα κανάλια Novacinema!" and "ALBA: Νέο Business Πρόγραμμα στην Ελλάδα". The bottom of the page includes a newsletter sign-up section and a footer with contact information.

www.advertising.gr

