



“Σύγχρονη Στρατηγική και Πρακτική Μάρκετινγκ:

Η Συσκευασία ως όπλο στη
στρατηγική του Μάρκετινγκ της ΕΨΑ”





Το μάρκετινγκ των τροφίμων περνά από τη συσκευασία

- Η ανάγκη της τυποποίησης σε διάφορες συσκευασίες οικογενειακές ή ατομικές, η ανάγκη για εταιρική ταυτότητα και ενιαία εικόνα οδήγησε τον κλάδο σε άλματα τα τελευταία χρόνια.
- Η εικόνα της κάθε εταιρείας περνά μέσα απο τη συσκευασία.
- Πολλές φορές είναι το μόνο που έχεις για να σε ξεχωρίζει από τον ανταγωνισμό, στη σκληρή μάχη στο ράφι των σημείων λιανικής!





Το παράδειγμα της ΕΨΑ

Ένα από τα, μικρά, μυστικά της επιτυχίας της ΕΨΑ
είναι η κλασική γυάλινη φιάλη.
Τα άλλα προϊόντα...;



Η πορεία στο κουτί...

- 1η γενιά 1989
χαρακτηριστικά σχέδια της δεκαετίας το 80
- 2η γενιά 1995
τα γραμμικά σχέδια να γίνονται πιο...
ράστερ



Η πορεία στο κουτί...

Χαρακτηριστικά «παλιομοδίτικα», με τα σημερινά δεδομένα, είναι τα παραδείγματα της Γκαζόζας και Κόλας (ας σημειώσουμε ότι είναι η πρώτη Κόλα με λεμόνι στην αγορά το 1996!)

1η και 2η γενιά...





Ριζική αλλαγή το 2000

- Πολλά επίπεδα, σκιές, “φρούτα μέσα από μια έκρηξη δροσιάς”
[όπως έλεγε το brief]

και μια ακόμα πιο δύσκολη υλοποίηση με μεταλλικές διαφάνειες στην Γκαζόζα και Κόλα με τα ανάποδα ράστερ να σβήνουν το ένα μέσα στο άλλο...

- WET ON WET printing με 2 ή 3 χρώματα, πέρα από τα όρια!





ΡΕΤ στο ίδιο εικαστικό

Η βαθυτυπία και η σύγχρονη
φλεξογραφία δίνουν καταπληκτικά
αποτελέσματα

(Flexo, Flexo process)





Ενδιαφέροντα σημεία

- Τα δοκίμια που χρησιμοποιήσαμε για τις υπόλοιπες συσκευασίες ήταν οι υλοποιήσεις στο κουτί, αφού αυτές είχαν τους μεγαλύτερους περιορισμούς και χρωματικά εμείς θέλαμε ενιαίο αποτέλεσμα...
- Για πρώτη φορά η συσκευασία του γυαλιού εμφανίζεται ως θέμα σε άλλη συσκευασία!!!
- Η εικόνα της ΕΨΑ είναι η κλασσική γυάλινη φιάλη 232ml.





αναψυκτικόν
ΠΟΡΤΟΚΑΛΑΔΑ
μοναδική γεύση

1.5L

με ανθρακικό

Κάθε ποτό
250ml περιέχει
θερμίδες
118
6%
της Ε.Η.Π.* (GDA)

GR



www.epsa.gr



Το τσάι είναι κίτρινο!



- Η πρώτη γενιά τσάι της ΕΨΑ ήταν με ένα εικαστικό έξυπνο μεν όχι έντονο δε...
- Η δεύτερη γενιά ήταν κίτρινη... Όπως η κατηγορία προστάζει...





Είναι το τσάι μαύρο;

3η γενιά

Η λογική πίσω από αυτό ήταν ότι σε ένα κατακίτρινο ράφι, το μαύρο τσάι της ΕΨΑ θα ξεχώριζε από μακριά

Ο καταναλωτής θα το δοκίμαζε... φυσικά θα καταλάβαινε τη διαφορά και μετά δεν θα άλλαζε μάρκα...!

Δείτε τα αποτελέσματα στις πωλήσεις και θυμηθείτε το παράδειγμα αυτό, διότι το επαναλάβαμε και αργότερα σε άλλο προϊόν με την ίδια επιτυχία.





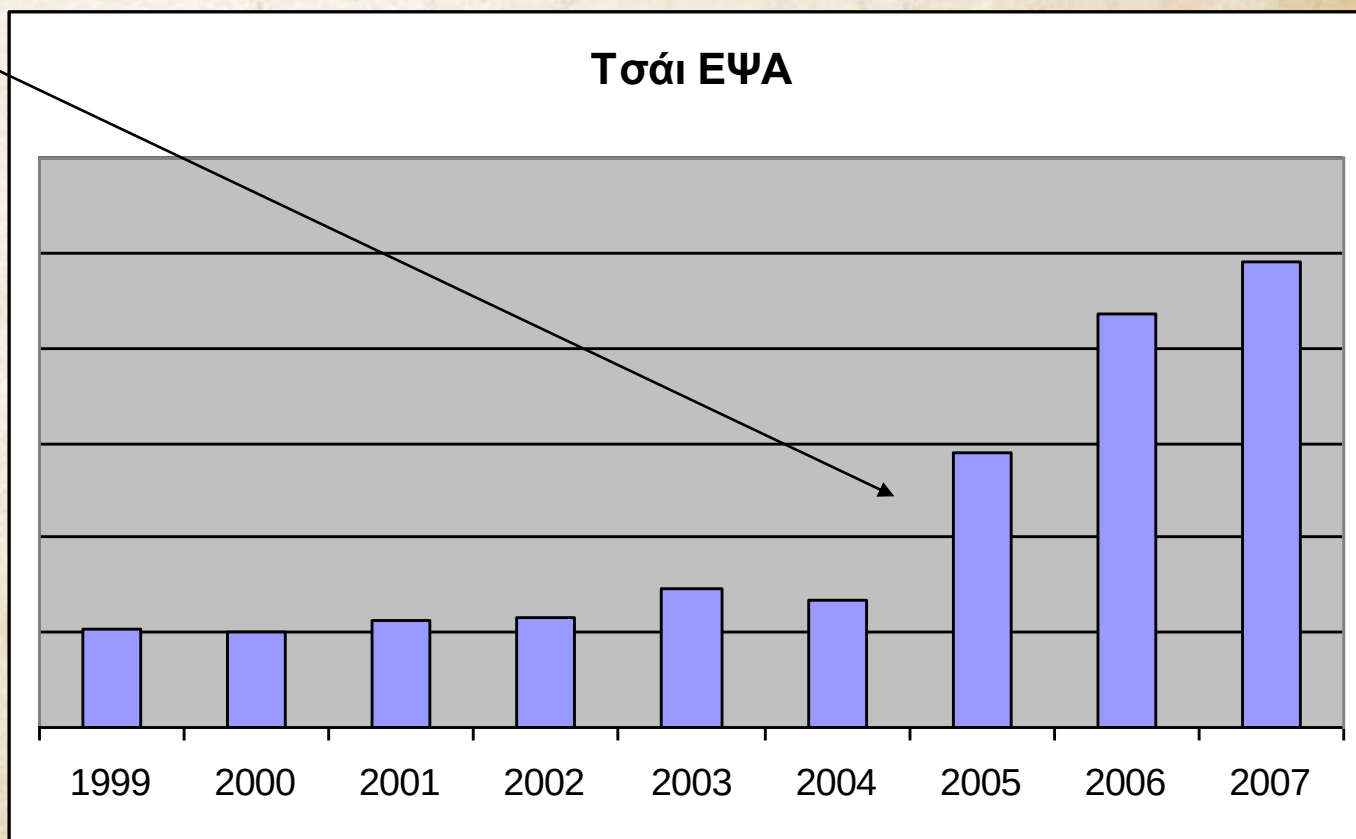
Το τσάι είναι μαύρο!!!



Στοιχεία πωλήσεων



Τσάι ΕΨΑ





Η επόμενη γενιά...

Έρευνα ποιοτική και ποσοτική

Ανάλυση αποτελεσμάτων

Δημιουργία νέου εικαστικού

Τις νέες συσκευασίες τις απολαμβάνεις με τα μάτια πολύ πριν γευτείς το εξαιρετικό περιεχόμενο.

Εξάλλου αν μην τι άλλο όλη αυτή η διαδικασία είναι μια συνολική εμπειρία.





Η επόμενη γενιά...

- Λεμονανθοί
- Άνθη πορτοκαλιάς και κίνηση
- Νέο σχήμα μπουκαλιού
- Έντονα χρώματα
- Φυσικά το κλασικό μπουκάλι της ΕΨΑ σε πρώτο φόντο





Η συσκευασία δεν πρέπει να είναι βαρετή!

- Η εικαστική παρέμβαση είναι παντού, ακόμα και στα πεζά υποχρεωτικά από το νόμο θρεπτικά τα οποία έχουν ντυθεί γραμμές στο ύφος του εικαστικού
- Η διαφάνεια δίνει άλλον αέρα στη συσκευασία





Διαφάνειες...





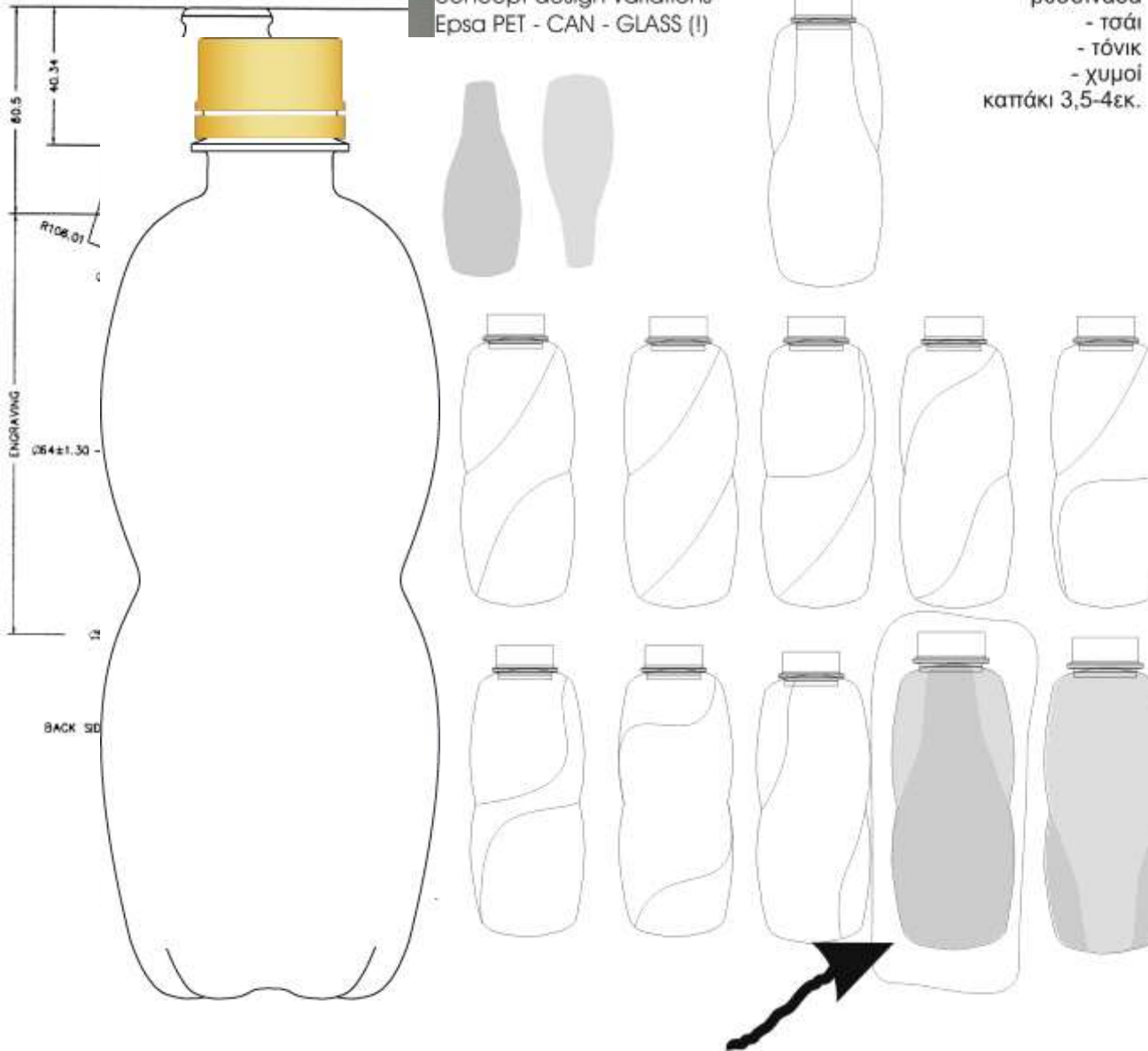




Νέο μπουκάλι PET

Marketing Dpt. 3/2005
concept design variations
Epsa PET - CAN - GLASS (!)

500ml Φιάλη ΕΨΑ
- βυσσινάδα
- τσάι
- τόνικ
- χυμοί
καπάκι 3,5-4εκ.





Τσάι ΕΨΑ : Η δημιουργικότητα συνιστά ισχυρή «πρώτη ύλη» για την παραγωγή αξίας για την μάρκα

- **Οι ετικέτες στο Τσάι** απεικονίζουν «ζωγραφιές» ονειρικές, μολυβιές της ζωής από στιγμές που ζει ή θα ήθελε να ζήσει ο καταναλωτής.
- Εδώ έχουμε μερικά πολύ σημαντικά στοιχεία τα οποία συμβαίνουν:
Για πρώτη φορά το εταιρικό λογότυπο γίνεται μέρος της δράσης του εικαστικού (π.χ. αερόστατο)
Υπάρχει ο χαρακτήρας του «ψαρούλη» οποίος έχει ρόλο σε όλα τα εικαστικά στο τσάι είτε στο φυσικό του περιβάλλον (Τσάι με ροδάκινο), είτε ως αστροναύτης (Πράσινο Τσάι με Ρόδι και Βύσσινο) ακόμη και ελεύθερη πτώση στρατόσφαιρας (!) κάνει στο κλασσικό Τσάι με Λεμόνι.
- **Τέλος γίνεται εφαρμογή NLP (Neuro Linguistic Programming, νευρογλωσσικός προγραμματισμός)** στα κείμενα που μεταφέρουν οι πρωταγωνιστές και εκφράζουν τη δράση ή την απόλαυση της ζωής:

T-LemonAir? (T = διαβάζεται Τι = Tea ακουστικά)

Go with the flow

Fly me to the moon!



Τσάι...



Κάθε ποτήρι
250 ml περιέχει:
Θερμίδες
73
5%
της Ε.Π.Α. (GDA)



Tea with Lemon



Τσάι με Λεμόνι

Κάθε ποτήρι
250 ml περιέχει:
Θερμίδες
91
5%
της Ε.Π.Α. (GDA)

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΠΛΗΘΟΦΟΡΙΕΣ/NUTRITION FACTS	ANA/PER 100ml	250ml
Ενέργεια/Energy	36kcal/155kJ	91kcal/387kJ
Πρωτεΐνες/Proteins	0g	0g
Υδατάνθρακες/Carbohydrates	9.1g	23g
Σάκχαρο/Sugars	9.1g	23g
Λιπαρά/Fat	0g	0g
Κορεσμένα/Saturated	0g	0g
Φυτικές Ύλες/Fibre	0g	0g
Νάτριο/Sodium	0g	0g

ΤΣΑΙ ΜΕ ΛΕΜΟΝΙ
ΜΗ ΑΝΑΡΧΑΚΟΧΟ ΤΙΟΤΟ. ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: ΝΕΡΟ, ΣΑΧΑΡΗ, ΧΥΜΟΣ, ΠΟΛΙΝΟ ΒΥΖΕΛΙΟ 2%, ΕΚΧΥΛΙΣΜΑ ΑΓΙΟΥ ΤΣΑΙ 0.15%, ΜΕΛΟ ΟΣΙΝΙΕΣ, ΚΙΤΡΙΝΟ ΟΞΥ ΚΑΙ ΜΑΛΑΚΟ ΟΞΥ. ΕΚΧΥΛΙΣΜΑ ΑΓΙΟΥ ΤΣΑΙ 0.1% ΣΥΝΤΗΤΙΚΑ: ΣΟΔΡΙΚΟ ΚΑΛΙΟ, ΝΑΤΡΙΟ, ΑΡΩΜΑΤΙΣΤΕΣ. Ο ΑΝΑΛΟΓΗ ΚΑΤΑ ΠΡΟΤΙΜΗΤΗ ΤΙΜΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΛΟΥ ΑΝΑΓΡΑΦΕΤΑΙ ΕΣΤΟ ΤΙΣΘΑ ΔΙΑΤΗΡΕΙΤΑΙ ΣΕ ΨΕΦΟΣ ΑΡΩΠΕΡΟ. ΤΙΝΕΤΑΙ ΠΑΤΕΡΙΟΝΟ. ΠΑΡΑΚΕΚΕΥΑΖΕΤΑΙ ΚΑΙ ΕΥΚΕΚΕΥΑΖΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ Ε.Π.Α. Α.Ε. ΑΓΡΙΑ ΒΟΛΟΣ 37500. www.epso.gr

TEA WITH LEMON
NON CARBONATED DRINK. INGREDIENTS: WATER, SUGAR, LEMON JUICE 0.15%, ACIDS: CITRIC ACID AND MALIC ACID, TEA EXTRACT 0.1%, PRESERVATIVES: POTASSIUM SORBATE, SODIUM BENZOATE, NATURAL LEMON FLAVOURINGS. BEST BEFORE SEE PLASTIC LID. KEEP IN A COOL PLACE. SERVED CHILLED. PRODUCED AND BOTTLED BY: EPSA S.A. AGRIA VOLOS 37500 - GREECE. www.epso.gr



Κάθε 250 ml περιέχει:

Θερμίδες 91 5%	σάκχαρο 23g 26%	λιπαρά 0g 0%	κορεσμένα 0g 0%	νάτριο 0g 0%
----------------------	-----------------------	--------------------	-----------------------	--------------------

Με βάση δίαιτα 2000 θερμίδων, που αντιστοιχούν στις μέσες ημερήσιες ανάγκες ενός ενήλικα

*Ενδεικτική Ημερήσια Πρόσληψη

ΤΙΠΑΣΙΝΟ ΤΣΑΙ ΜΕ ΠΟ...
ΜΗ ΑΝΑΡΧΑΚΟΧΟ ΤΙΟΤΟ. ΣΥ...
ΝΕΡΟ, ΣΑΧΑΡΗ, ΧΥΜΟΣ, ΠΟΛΙ...
ΒΥΖΕΛΙΟ 2%, ΕΚΧΥΛΙΣΜΑ ΑΓΙ...
ΤΣΑΙ 0.15%, ΜΕΛΟ ΟΣΙΝΙΕΣ, Κ...
ΠΥΡΡΙΝΟΤΗΣ, ΟΣΥΤΗΤΑΙ, ΚΙΤΡΙ...
ΣΥΝΤΗΤΙΚΑ: ΣΟΔΡΙΚΟ ΚΑΛΙΟ...
ΝΑΤΡΙΟ, ΑΡΩΜΑΤΙΣΤΕΣ. Ο...
ΑΝΑΛΟΓΗ ΚΑΤΑ ΠΡΟΤΙΜΗΤΗ...
ΤΙΜΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ...
ΑΝΑΓΡΑΦΕΤΑΙ ΕΣΤΟ ΤΙΣΘΑ...
ΔΙΑΤΗΡΕΙΤΑΙ ΣΕ ΨΕΦΟΣ, Α...
ΤΙΝΕΤΑΙ ΠΑΤΕΡΙΟΝΟ. ΠΑΡΑΚΕ...
ΚΕΥΑΖΕΤΑΙ ΚΑΙ ΕΥΚΕΚΕΥΑΖΕΤΑΙ...
ΑΠΟ ΤΗΝ Ε.Π.Α. Α.Ε. ΑΓΡΙΑ Β...
ΟΛΟΣ 37500. www.epso.gr

**NON CARBONATED GR...
POMEGRANATE TEA**
INGREDIENTS: WATER, SU...
POMEGRANATE JUICE 10%,...
CHERRY JUICE 2%, GREEN TEA...
0.15%, ACIDIFIER: CITRIC ACID...
REGULATOR, SODIUM CIT...
PRESERVATIVES: POTASSIUM...
SODIUM BENZOATE, FLAVO...
BEST BEFORE SEE PLAST...
KEEP IN A COOL PLACE...
SERVED CHILLED.
PRODUCED AND BOTTLED BY...
EPSA S.A. AGRIA VOLOS 37500...
GREECE. www.epso.gr

ΠΕΠΕΙ, J.C.O.N.T. :
e500 ml





Επίσης για πρώτη φορά η ΕΨΑ χρησιμοποιεί barcode art, κάνουμε τέχνη ακόμα και τα πιο βαρετά στοιχεία μιας ετικέτας όπως ο γραμμωτός κώδικας.





Ρούλα Μπακετέα ...πρωτότυπο, πανέξυπνο, πανέμορφο....

05 Αυγούστου στις 2:21 μ.μ. · Μου αρέσει! · 2 άτομα



Xristos Triar

05 Αυγούστου



Arieta Peristera Lemor

05 Αυγούστου στις 3:22



Lina Tsimani

!!!!

05 Αυγούστου



Vagelis Xirakias de to

05 Αυγούστου στις 3:58



ΝΙΚΟΣ ΤΖΟΥ

05 Αυγούστου



Giannis Ioannatos ΠΟ

05 Αυγούστου στις 4:11



Stelios Trou

που τους δίνω

05 Αυγούστου



Vassilis Papakr para p

05 Αυγούστου στις 4:54



Μάγδα Τάτο

ΜΠΡΑΒΟ εξυπ

05 Αυγούστου



Nassos Valavanis Πάλ

καλή δουλειά!

05 Αυγούστου στις 8:36



Valhalla V D

05 Αυγούστου



Kuriaki Mitrou very cle

06 Αυγούστου στις 1:28



Lazarouii Ze

epsa eidika to

paidia kai min

thelame tha p

05 Αυγούστου



Ersi Liakouri zileuw tou

thelw ki egwwwwwwww

06 Αυγούστου στις 1:49



ΠΟΠΗ ΠΑΠΑ

mpрабо.....

05 Αυγούστου



Papaoikonomou Desp

ακόμα και σε αυτούς του

ανυπομονησία το επόμεν

06 Αυγούστου στις 2:10



ΔΗΜΗΤΡΑ Τ

diafimish ths B

mpravo!panta

05 Αυγούστου



Κωνσταντίνος Βασταρ

07 Αυγούστου στις 11:38



ΚΛΕΑΝΘΗΣ ΠΡΑΤΤΟΣ μπραβο σας ειστε οι καλυτεροι ΤΥΧΑΙΟ ; ΔΕΝ ΝΟΜΙΖΩ!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

09 Αυγούστου στις 2:35 μ.μ. · Μου αρέσει! · Αναφορά



ΕΨΑ Το BarCode Απ με 30.607 προβολές έχει το ρεκόρ εμφανίσεων ξεπερνώντας κάθε άλλη δημοσίευση στη σελίδα μας (προς το παρόν).

Καλημέρα σε όλους τους φίλους μας και καλό υπόλοιπο καλοκαίρι!

10 Αυγούστου στις 8:52 π.μ. · Μου αρέσει! · 4 άτομα



Pavlos Tzoumis Προτιμάμε Ελληνικά και επιμένουμε στην ποιότητα!

10 Αυγούστου στις 9:31 π.μ. · Δεν μου αρέσει · 2 άτομα · Αναφορά



Baggelhs Alopertinos η πορτοκαλαδα κ η μανταριναδα ειναι οι καλυτερες της αγορας.η βυσσιναδα δεν με ενθουσιασε.

και επισης ειναι ελληνικη εταιρια κ χαιρομαι που βγαζει ενα καλο προιον.

14 Αυγούστου στις 1:23 μ.μ. · Μου αρέσει! · 2 άτομα · Αναφορά



Maria Fragiskou prwtotypo...!

15 Αυγούστου στις 8:54 μ.μ. · Μου αρέσει! · 1 άτομο · Αναφορά



ΕΨΑ 41.022 · ΝΕΟ ΡΕΚΟΡ!!! · αριθμός του πόσες φορές έχει εμφανιστεί αυτή η ανακοίνωση στον λογαριασμό σας και στα Τελευταία Νέα των Θαυμαστών σας

02 Σεπτεμβρίου στις 11:10 π.μ. · Μου αρέσει! · 5 άτομα



Ogre Stergi Αυτό που ΕΨΑχνα!!

02 Σεπτεμβρίου στις 11:48 π.μ. · Μου αρέσει! · 3 άτομα · Αναφορά



Soulitsa Klatsi ειναι η καλυτερεσ

02 Σεπτεμβρίου στις 12:37 μ.μ. · Μου αρέσει! · Αναφορά



Apostolos Paoki epsa pinei kai i thessaloniki.....

02 Σεπτεμβρίου στις 8:38 μ.μ. · Μου αρέσει! · Αναφορά



Φυσικοί Χυμοί ΕΨΑ

1η γενιά 1994

Οι χυμοί είναι πολύχρωμοι!

2η γενιά 1998



1999 μια έξυπνη ιδέα





Το πρόβλημα

Όμως οι χυμοί είχαν ένα παρόμοιο πρόβλημα με το τσάι που αναφέραμε νωρίτερα. Εξαιρετικά προϊόντα αλλά κανείς δεν τα γνώριζε.

Χρειαζόμασταν λοιπόν ένα «δυνατό λόγο» να τραβήξει την Προσοχή (A)
– να προκαλέσει το Ενδιαφέρον (I) – να δημιουργήσει Επιθυμία (D)
και να προκαλέσει την Αγορά (A)

[AIDA = Attention, Interest, Desire, Action].







Τι πετύχαμε...

...στο πολύχρωμο ράφι των χυμών **καθώς πλησιάζεις από μακριά**
βλέπεις ένα καταπράσινο μπλοκ το οποίο σου τραβάει την προσοχή (A).

Πλησιάζοντας ακόμα περισσότερο **αναγνωρίζεις το ΕΨΑ (I)** το οποίο
διαβάζεται καθαρά.

Έδη σου έχει δημιουργηθεί η επιθυμία η οποία ενισχύεται –πρόσωπο πια
με το ράφι- καθώς διαλέγεις τα φρούτα (D).

Τελικά έχουμε Action;

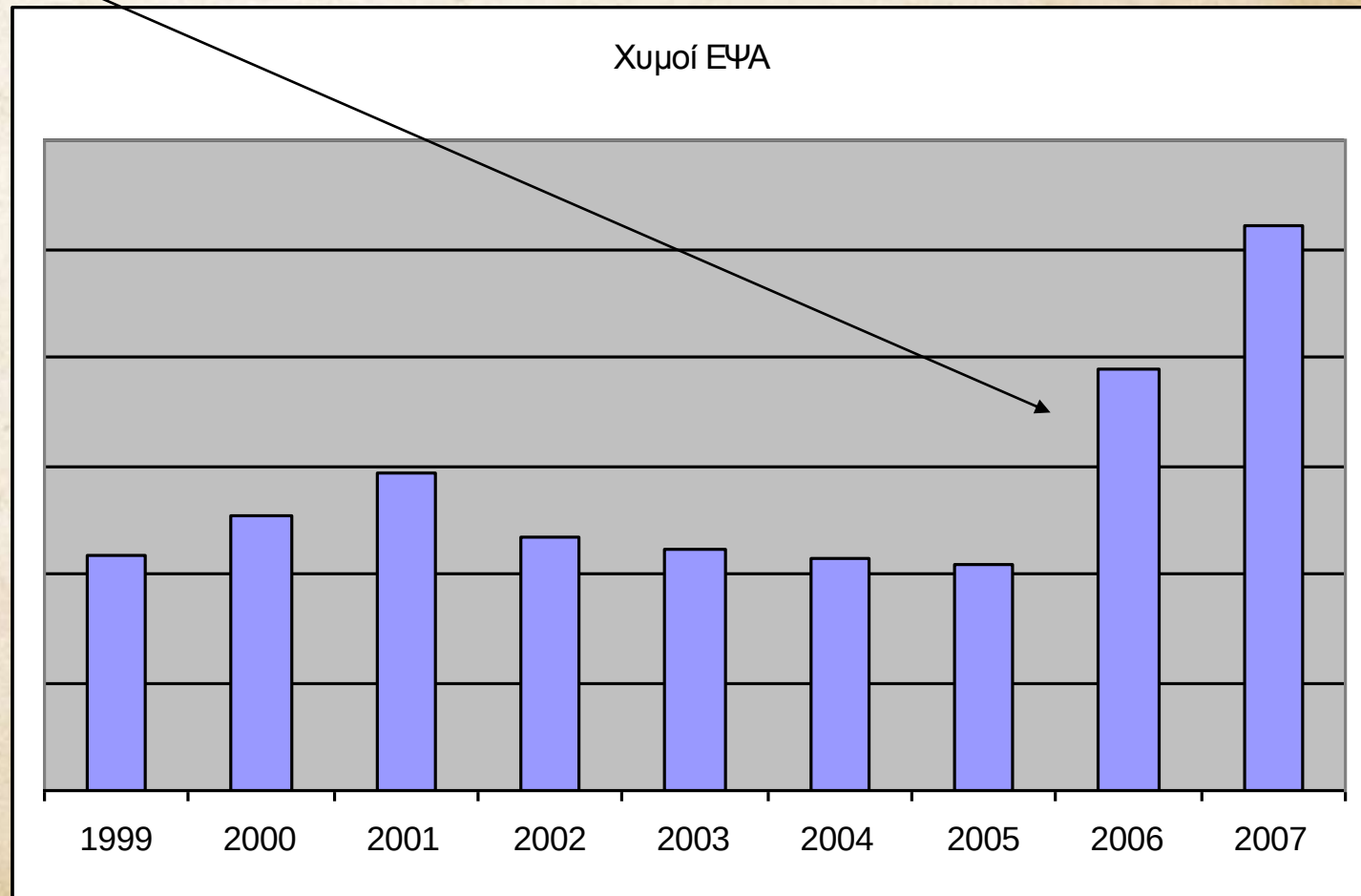
Ας μιλήσουν οι αριθμοί...



Οι χυμοί είναι πράσινοι!



Χυμοί ΕΨΑ





Παιδικοί Φυσιικοί Χυμοί

Οι «Τρεις Δροσοφύλακες»

Βραβεία Οικόπολις 2006







«Ιδιαίτερο Σημείο»

Χρειαστήκαμε το 2003 να κάνουμε ένα νέο προϊόν σε γυάλινη φιάλη...

Θέλαμε να επαναφέρουμε την αγάπη του κόσμου στα παραδοσιακά Ελληνικά προϊόντα.

Δημιουργώντας ταυτόχρονα ένα λόγο να αγαπήσουν την ΕΨΑ και οι νεότερες γενιές (οι οποίες στο «πολύ παραδοσιακό» στέκονται με επιφύλαξη {παλιομοδίτικο}).





Η εικόνα της ΕΨΑ είναι το γυαλί!

Όμως πως συνεχίζεις την παράδοση;

Πως θα μπορούσαμε να κάνουμε κάτι μοντέρνο
και παραδοσιακό ταυτόχρονα, χωρίς να χάσει η
γυάλινη φιάλη την αξία της;

Πως θα μπορούσε όλο αυτό το εγχείρημα να
προσθέσει αξία στη μάρκα ΕΨΑ και τελικά να
μην είναι αποτυχία που θα πληγώσει την εικόνα
της εταιρείας;





EPΣA cherry



Νέο προϊόν





Η βυσσινάδα

Η συνταγή της γιαγιάς...

Το θερμοσυρρικνούμενο PET

υψηλής συρρίκνωσης (μεγάλες
διαφορές διαμέτρου στη μέση και
στο λαιμό) ...με ένα ιδιαίτερο, για
την εποχή, εικαστικό

Η νεανική εικόνα...





Η βυσσινάδα

Το αποτέλεσμα ήταν:

- - 2 διακρίσεις στα Αστέρια Συσκευασίας 2004 (μια για τη συσκευασία και μια για την επίδραση στην αγορά).
- - Η ΕΨΑ έγινε πιο φιλική προς τις νεότερες γενιές, ενώ ενίσχυσε τη θέση της στους παλαιότερους που είχαν την ευκαιρία να ξαναγευτούν τη **Βυσσινάδα** της γιαγιάς...
- - Ο ανταγωνισμός αγάπησε ξαφνικά... τη βυσσινάδα.





Ένα ποτήρι συνοδεύει τέλεια ένα αναψυκτικό...



DESIGN STUDIO

Die diese Unterlage befindet sich
nur als 2D-Abbildung dar. Sie darf
nur für den von uns bestimmten
Zweck benutzt und nicht zur
Darstellung wieder verwendet
werden. Die Rechte vorbehalten
sind. Die Rechte vorbehalten
sind.

No names of signs and copyright
on this document. It may only be
used for the purpose of the
original and may not be used
without the permission of the
author. It may not be used
for other purposes.

PHANTASIEKUNSTWERK

Model / design
EPSA
Version 2.0.0
0.21
other Size / color

DESIGN / DESIGN
DAS GLAS. Und mehr...

rastal
DAS GLAS. Und mehr...





Χρήση στην αγορά...

ΖΥΘΟΣ λε..μοναδικός

ΕΨΑχνες κάτι μοναδικός; Βρήκες δύο... μοναδικά στο είδος τους. Ο ΖΥΘΟΣ, χρόνια τώρα διαφέρει, προσφέροντας μεσογειακές γεύσεις με άρωμα παράδοσης. Δροσίζει την καθημερινότητά μας, όχι μόνο με μπίρες απ' όλο τον κόσμο, αλλά και με λε-μοναδικά αναψυκτικά. Η ΕΨΑ αποτελεί συνειδητή επιλογή, αφού ξεχωρίζει για την ποιότητα και τη μοναδική της γεύση. ΕΨΑ στο ΖΥΘΟ... συνδυασμός λε-μοναδικός!





Καμπάνια Ευαισθητοποίησης χρήση της συσκευασίας

Στόχος

- Ευαισθητοποίηση και πληροφόρηση της κοινής γνώμης και του καταναλωτικού κοινού για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που παρέχονται από τις κοινωνικές επιχειρήσεις
- Ανάδειξη της προστιθέμενης κοινωνικής αξίας των προϊόντων και υπηρεσιών των κοινωνικών επιχειρήσεων
- Υποστήριξη των κοινωνικών επιχειρήσεων από τις ιδιωτικές επιχειρήσεις στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης
- Μηνύματα σε 8 εκ. κουτιά αναψυκτικών 330ml της ΕΨΑ





Θυμάσαι

❖ τη γεύση από τα κουλουράκια της γιαγιάς σου;

❖ τη σπιτική μαρμελάδα στο πρωινό των παιδικών σου χρόνων;

❖ τις μυρωδιές του κυριακάτικου τραπεζιού στο χωριό;





Κοινωνικά μηνύματα σε 8.000.000 κουτάκια

ΑΝΑΖΗΤΗΣΤΕ ΕΚΠΑΛΗΣΕΙΣ & ΔΩΡΑ...

Ο Ιδιωτικός Τομέας στηρίζει
τις Κοινωνικές Επιχειρήσεις

Κάποιες επιχειρήσεις
ανοίγουν μια πόρτα
σ' όσους η αγορά εργασίας
κλειδώνει απ' έξω.

Είναι οι κοινωνικές
επιχειρήσεις!

Δεν κοστίζει τίποτα
να τις στηρίζουμε!

Ανακαλύψτε τις
Κοινωνικές Επιχειρήσεις

**www.
sepeisa.gr**

ΜΕΣΑ ΣΤΑ
ΤΥΧΕΡΑ
ΚΟΥΤΑΚΙΑ



Το έργο "Κοινωνική Αμфиक्तिση" συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση - Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο σε ποσοστό 75% και από το Υπουργείο Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας σε ποσοστό 25%.

Εψο®

**ΤΣΑΪ
ME
ΛΕΜΟΝΙ**



ΤΣΑΪ ΜΕ ΛΕΜΟΝΙ - LEMON TEA

ΜΗ ΑΝΘΡΑΚΟΥΧΟ ΠΟΤΟ. ΣΥΣΤΑΤΙΚΑ: ΝΕΡΟ, ΖΑΧΑΡΗ, ΦΥΣΙΚΟΣ ΧΥΜΟΣ ΛΕΜΟΝΙΟΥ 3%, ΕΚΧΥΛΙΣΜΑ ΤΣΑΓΙΟΥ 0,14%, ΜΕΣΟ ΟΞΙΝΙΣΗΣ:

ΚΙΤΡΙΚΟ ΟΞΥ, ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΑ: ΣΟΒΙΚΟ ΚΑΛΙΟ, ΒΕΝΖΟΪΚΟ-ΝΑΤΡΙΟ, ΦΥΣΙΚΕΣ ΑΡΟΜΑΤΙΚΕΣ ΟΥΣΙΕΣ. NON CARBONATED DRINK. INGREDIENTS: WATER, SUGAR, NATURAL LEMON JUICE 3%, TEA EXTRACT 0,14%, ACIDIFIER: CITRIC ACID, PRESERVATIVES: POTASSIUM SORBATE, SODIUM BENZOATE, NATURAL FLAVOURINGS.

ΑΝΑΛΕΞΗ ΚΑΤΑ ΠΡΟΤΙΜΗΣΗ ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΟΥ ΑΝΑΓΡΑΦΕΤΑΙ ΣΤΗ ΒΑΣΗ ΤΟΥ ΚΟΥΤΙΟΥ. BEST BEFORE: SEE BASE OF CAN.

ΔΙΑΤΗΡΕΙΤΑΙ ΣΕ ΜΕΡΟΣ ΔΡΟΣΕΡΟ ΠΙΝΕΤΑΙ ΠΑΓΩΜΕΝΟ. KEEP IN A COOL PLACE - SERVE CHILLED.

ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΖΕΤΑΙ ΚΑΙ ΣΥΣΚΕΥΑΖΕΤΑΙ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΨΑ Α.Ε. ΑΓΡΙΑ, ΒΟΛΟΣ 37300.

PRODUCED AND CANNED BY: EPSA S.A., AGRIA-VOLOS 37300 - GREECE.

ΠΕΡΙΕΧ./CONT.: e 330 ml



5 201171 000607

ΠΕΡΙΕΧ. e 330 ml



5 2

Κ.Π. ΕΟΔΑ - Α.Σ. Κοινωνική Αμφικτιση - Φορέας Αναπτυξιακής Συμπράξης • Συντονιστής Έταρος, Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης και Έρευνας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Μαγνησίας - ΚΕΚΑΜΑΜ Α.Ε. • Δημόσιος Εκπαιδευτικός Οργανισμός Βόλου - ΔΕΘΒ • Πανεπιστήμιο Δυτικού Ο.Τ.Α. για την υποστήριξη των Ελλήνων ταγμένων - Δίκτυο ROM • Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας - Τμήμα Μικροβιολογίας, Παθολογίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης • Συνέδρομος Ο.Τ.Α. Μετόχιος Θεσσαλονίκης • Ένωση Καταναλωτών ΝΕΟ ΙΜΚΑ • Εθνικό Κέντρο Παρατοποίησης Δομών Συνεχιζόμενης Επαγγελματικής Κατάρτισης και Συνδεδειγμένων Υπηρεσιών - Ε.ΚΕ.Π.Σ. • Κέντρο Έρευνας Για θέματα Ισότητας - Μ.Ε.Β.Ι. • Συνέδρομος Βιομηχανιών Θεσσαλίας & Κεντρικής Ελλάδας • Κοινωνική Οργάνωση Υποστήριξης Νέων - ΑΡΣΙΣ • Αιτικό Μεταρ Έταρος Λειτουργίας Α.Ε. - Α.Μ.Ε.Α. Α.Ε. • ΕΨΑ Α.Ε.

Κ.Π. ΕΟΔΑ - Α.Σ. Κοινωνική Αμφικτιση - Φορέας Αναπτυξιακής Συμπράξης • Συντονιστής Έταρος, Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης και Έρευνας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Μαγνησίας - ΚΕΚΑΜΑΜ Α.Ε. • Δημόσιος Εκπαιδευτικός Οργανισμός Βόλου - ΔΕΘΒ • Πανεπιστήμιο Δυτικού Ο.Τ.Α. για την υποστήριξη των Ελλήνων ταγμένων - Δίκτυο ROM • Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας - Τμήμα Μικροβιολογίας, Παθολογίας & Περιφερειακής Ανάπτυξης • Συνέδρομος Ο.Τ.Α. Μετόχιος Θεσσαλονίκης • Ένωση Καταναλωτών ΝΕΟ ΙΜΚΑ • Εθνικό Κέντρο Παρατοποίησης Δομών Συνεχιζόμενης Επαγγελματικής Κατάρτισης και Συνδεδειγμένων Υπηρεσιών - Ε.ΚΕ.Π.Σ. • Κέντρο Έρευνας Για θέματα Ισότητας - Μ.Ε.Β.Ι. • Συνέδρομος Βιομηχανιών Θεσσαλίας & Κεντρικής Ελλάδας • Κοινωνική Οργάνωση Υποστήριξης Νέων - ΑΡΣΙΣ • Αιτικό Μεταρ Έταρος Λειτουργίας Α.Ε. - Α.Μ.Ε.Α. Α.Ε. • ΕΨΑ Α.Ε.

Το έργο "Κοινωνική Αμφικτιση" συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση - Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο σε ποσοστό 75% και από το Υπουργείο Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας σε ποσοστό 25%.



SEND – Κοινωνικές επιχειρήσεις

(European Social Economy Network Development)

Πανευρωπαϊκή διάκριση ως η καλύτερη συνεργασία μεταξύ ιδιωτικού και δημόσιου τομέα.

Προς τον καταναλωτή:

Παρακαλώ επιστρέψτε αυτό το κουπόνι στο ταμείο του καταστήματος που αγοράσατε το προϊόν και θα πάρετε **δωρεάν 8 ίδια κουτάκια** αναψυκτικό ΕΨΑ.

Αυτό το κουπόνι
έχει αξία ίση με
8 κουτιά 330 ml
Λεμονάδα ΕΨΑ



«Αγοράζοντας προϊόντα ή υπηρεσίες από γυναικείους συνεταιρισμούς ή άλλες **κοινωνικές επιχειρήσεις**, αγοράζεις **ποιότητα**, παράδοση, μεράκι και βοηθάς να έχουν δουλειά άνθρωποι που η αγορά εργασίας τους κλείνει την πόρτα».

**www.
sepeisa.gr**

«Οι **κοινωνικές** δεν έχουν προτεραιότητα, λειτουργούν δημοκρατικά, συλλογικά, κοινωνικά απασχολούν ομάδες ή μακροχρόνιες ομάδες, προωθούν την κοινωνία, συμβάλλουν στην ανάπτυξη».

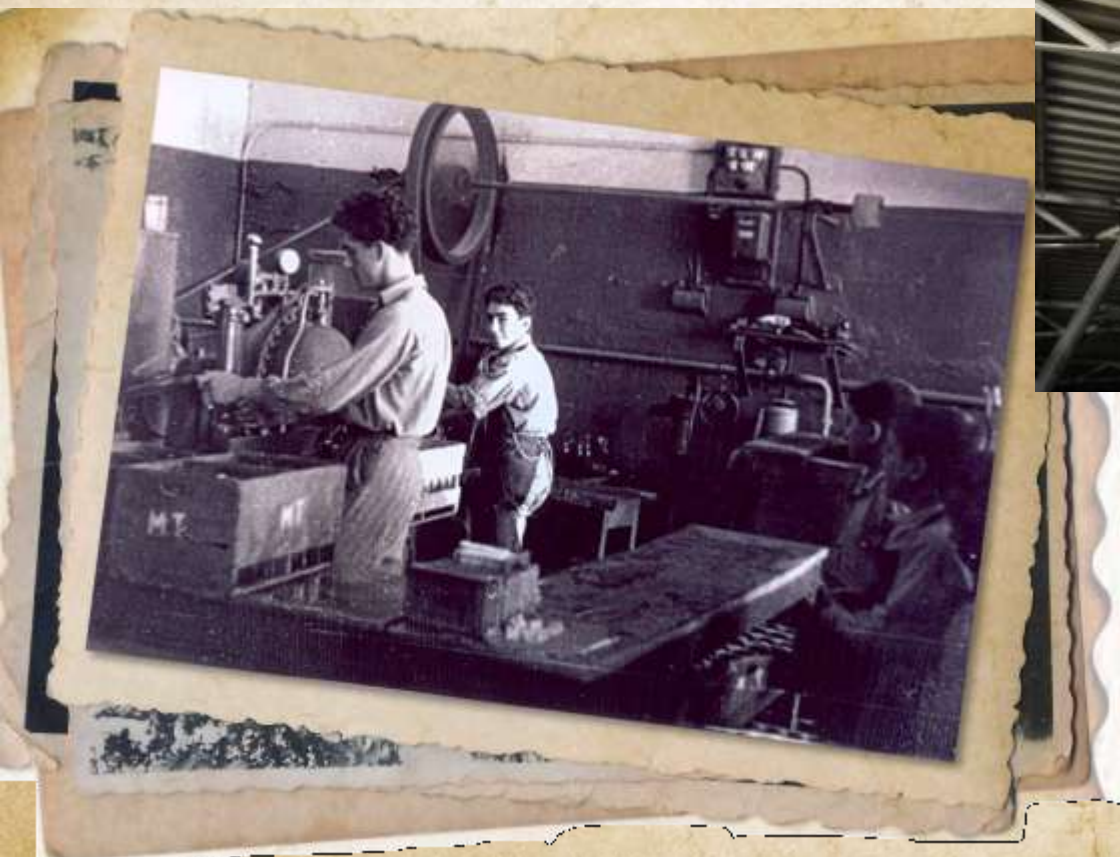
Το πρόγραμμα της Κ. Π. EQUAL συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο σε ποσοστό 75% και από το Υπουργείο Απασχόλησης και Κοινωνικών Υποθέσεων).





ΕΨΑ bio

Παράδοση και Καινοτομία





Τι είναι τα ΕΨΑ bio



- Μια ακόμη πανελλαδική καινοτομία της ΕΨΑ
- Τα πρώτα Ελληνικά βιολογικά αναψυκτικά
- Αποτέλεσμα πολύμηνης Έρευνας & Ανάπτυξης
- Ακολουθήσαμε για ακόμη μια φορά πιστά τη φιλοσοφία μας για φυσικά, γευστικά και υγιεινά αναψυκτικά
- Παρακολουθήσαμε τη γενικότερη τάση της αγοράς για υγιεινή διατροφή
- Διενεργήσαμε έρευνα αγοράς που ανέδειξε την έλλειψη διαφοροποίησης της αγοράς σε νέα προϊόντα





Η συσκευασία των bio

- Λεμονάδα bio
- Πορτοκαλάδα bio
- Σε γυάλινο μπουκάλι
- Με Sleeve και Βιδωτό πώμα
- ...όπως η βυσσινάδα





Τα bio ήρθαν «φυσικά»

Απλά ήταν το επόμενο καλύτερο
που μπορούσαμε να κάνουμε

Η γνωστή ποιότητα των προϊόντων
ΕΨΑ, τώρα έχει ακόμη πιο
πλούσια γεύση



ΑΛΛΑ...





...Η ΕΨΑ άλλαξε το βιολογικό ράφι !!!

(τιμές ~1,70)

0,86€





Αλλά το κυριότερο...

Η ΕΨΑ άλλαξε την εικόνα των
βιολογικών προϊόντων στην
Ελλάδα!!!



Βιολογικά σε περίπτερο;

Απλά: Απίστευτο





Βιολογικά προϊόντα σε καφετέριες;



Η ΕΨΑ το έκανε!!!





...μετά τι;



Παράδοση // Καινοτομία
Πως συνεχίζεις μετά τα bio...!!!



Στέβια







Στέβια

- > Η στέβια είναι ένα μικρό βότανο που ανακαλύφθηκε το 1887 στα υψίπεδα της Παραγουάης.

Χρησιμοποιείται επί αιώνες από τους αυτόχθονες Νοτιοαμερικανούς ως παραδοσιακό γλυκαντικό.

Αποτελεί καινοτόμο και εναλλακτική καλλιέργεια – τρόφιμο που υποκαθιστά πλήρως τη ζάχαρη, αφού είναι πιο γλυκιά και χωρίς καθόλου θερμίδες.

Έρευνες έχουν δείξει ότι διαθέτει αντιοξειδωτικές, αντιφλεγμονώδεις και αντιβακτηριδιακές ιδιότητες.

Η στέβια είναι κατάλληλη για διαβητικούς.

Τι είναι η ΕΨΑ λάιτ;

Ένα πρωτοποριακό αναψυκτικό με ελάχιστες θερμίδες και το φυσικό γλυκαντικό Στέβια.

Γιατί είναι πρωτοποριακό προϊόν;

Το πρώτο ελληνικό προϊόν που περιέχει Στέβια αντί για ζάχαρη.

Το πρώτο ελληνικό αναψυκτικό σε κουτί slim 330ml.

Το πρώτο ελληνικό αναψυκτικό με ελάχιστες θερμίδες και τόσο υπέροχη γεύση.





Stories by ΕΡΑ Λάιτ · K2 MEDIA. Celebrity Stories by ΕΡΑ Λάιτ ...

politikokoraki.blogspot.com/.../blog-post ... - Προσωρινά αποθηκευμένη

12 Ιουν. 2012 – Λάϊτ ελληνικά προϊόντα. Λάϊτ γαλατάκι. Λάϊτ γιαουρτάκι. Λάϊτ τυράκι. Λάϊτ φάκα. Λάϊτ Μνημόνια. Λάϊτ μισθοί. Λάϊτ φόροι. Λάϊτ ωράρια.

 www.youtube.com/watch?v=Qinmsb5awm0
19 Απρ. 2012 - 39 δευτ. - Μεταφορώθηκε από Epsagreece
Η ΕΨΑ κυκλοφόρησε τα ΕΨΑ **Λάιτ**, τα πρώτα ελληνικά
αναψυκτικά με στέβια αντί για ζάχαρη. Η στέβια είναι φυσικό
γλυκαντικό χωρίς θερμίδες.

www.mtvgreece.gr/.../celebrity-stories-by-epsa-lai...

8 Μάιος 2012 - 2 λεπτά
Τα MTV Celebrity Stories είναι εδώ για να σου παρουσιάσουν τα πιο hot gossip από όλους τους χώρους και όλα τα νέα που έχουν να κάνουν με ...

www.mtvgreece.gr/.../15933-1o-epeisodio-celebrity-st...

7 Μάιος 2012 - 2 λεπτά
Celebrity Stories by ΕΨΑ Λάιτ - Episode 1. ... Posted [07.05.12]
Κατηγορία Celebrity Stories by ΕΨΑ Λάιτ - K2 MEDIA. Celebrity





Κάθε κουτί
330ml περιέχει

θερμίδες
7
0%

της Ε.Η.Π. * (GDA)

Παρασκευάζεται και συσκευάζεται
από την ΕΨΑ Α.Ε., Αγριά, Βόλος 37300.
Produced and canned by EPSA S.A., Agria, Volos 37300 Greece.
Ανάλογα κατά πρόταση πριν από την ημερομηνία
που αναγράφεται στη βάση του κουτιού.
Best before: see base of can.
Διατηρείται σε μέρος δροσερό. Keep in a cool place.

ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ / NUTRITION FACTS ANA/PER 100ml

Ενέργεια / Energy	2kcal/9kJ
Πρωτεΐνες / Proteins	0g
Υδατάνθρακες / Carbohydrates	0,3g
Σάκχαρα / Sugars	0,3g
Λιπαρά / Fat	0g
Κορεσμένα / Saturated	0g
Νάτριο / Sodium	0,0g

θερμίδες 7 0%	σάκχαρα 0,9g 1%	λιπαρά 0g 0%	κορεσμένα 0g 0%	νάτριο 0,0g 0%
---------------------	-----------------------	--------------------	-----------------------	----------------------

Με βάση δόσεις 2000 θερμίδων, που αντιστοιχούν
στις μέσες ημερήσιες ανάγκες ενός ενήλικα.

*ενδεικτική ημερήσια πρόσληψη



αναψυκτικόν
ΛΕΜΟΝΑΔΑ
λαϊτ

με ανθρακικό

με στέβια

330ml

GR



www.epsa.gr



LEMONADE
light

carbonated

with stevia

ΠΕΡΙΕΧ./ CONT.: e 330ml



Λεμονάδα με ανθρακικό με γλυκαντικό. Χωρίς ζάχαρη.
Συστατικά: Νερό, Χυμός Λεμονιού 7%, Διοξείδιο Άνθρακα
Σταθεροποιητής: Κόμμι Γκουάρ, Μέσο Οξίνισης: Κιτρικό Οξύ
Φυσικές Αρωματικές Υλίες, Συντηρητικό: Σορβικό Κάλι
Γλυκαντικές Υλίες: Γλυκοζίδες Στεβιόλης, Ακεσουλφάμη
Σουκραλόζη, Αντιοξειδωτικό: Ασκορβικό Οξύ

Carbonated Lemonade with sweeteners. Sugar free
Ingredients: Water, Lemon Juice 7%, Carbon Dioxide
Stabilizer: Guar Gum, Acidity Regulator: Citric Acid
Natural Flavourings, Preservative: Potassium Sorbate
Sweeteners: Steviol Glycosides, Acesulfame
Sucralose, Antioxidant: Ascorbic Acid





λάιτ

με στέβια

Το αναψυκτικό με λίγες θερμίδες
στη δική μας γλώσσα

www.epsa.gr





με στέβια

λάιτ

Το Τσάι στη δική μας γλώσσα

www.epsa.gr

 facebook.com/epsa.gr



3 θερμίδες

5 θερμίδες

7 θερμίδες



- Χωρίς ζάχαρη,
100% με φυσικό γλυκαντικό στέβια
- Το πρώτο ελληνικό τσάι
χωρίς ζάχαρη με φυσικό γλυκαντικό
- Αυθεντική γεύση ΕΨΑ
με ελάχιστες θερμίδες



Τσάι με λεμόνι

Κάθε ποτήρι
250ml περιέχει
Θερμίδες
3
0%
της Ε.Η.Π.* (GDA)



Πράσινο τσάι με ρόδι και βύσσινο

Κάθε ποτήρι
250ml περιέχει
Θερμίδες
5
0%
της Ε.Η.Π.* (GDA)



Τσάι με ροδάκινο

Κάθε ποτήρι
250ml περιέχει
Θερμίδες
7
0%
της Ε.Η.Π.* (GDA)

λάϊτ drops

με στέβια

✓ Display 12 τεμαχίων



Τι είναι το λάϊτ drops?

Το λάϊτ drops είναι αποτέλεσμα ισορροπημένης χρήσης των δώρων της φύσης και της επιστήμης, μια 100% Ελληνική καινοτομία.

Το λάϊτ drops είναι γλυκαντικό σε υγρή μορφή με βάση την στέβια, το οποίο δεν δημιουργεί την ανεπιθύμητη πικρή επίγευση στον καταναλωτή, ενώ έχει πρακτικά μηδενικές θερμίδες.



1 δόση = 4 σταγόνες =
1 κουτ. ζάχαρη = 0,5 θερμίδες

FB Στέβια και άλλα λεΜΟΝΑΔΙΚΑ μυστικά...

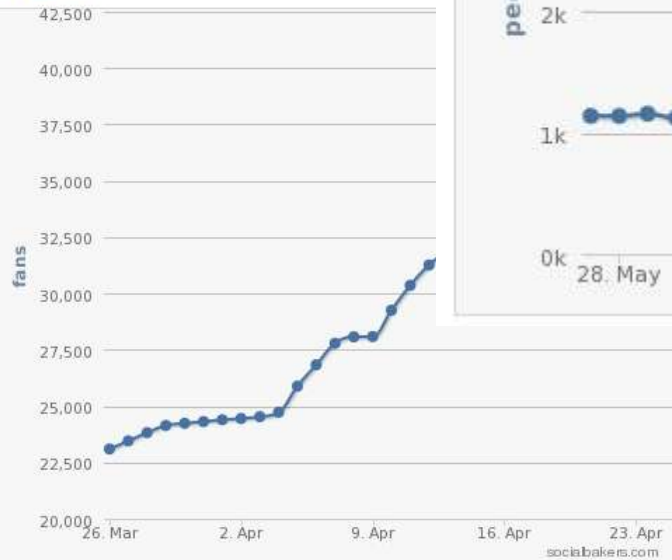
ΕΨΑ fans

47,500

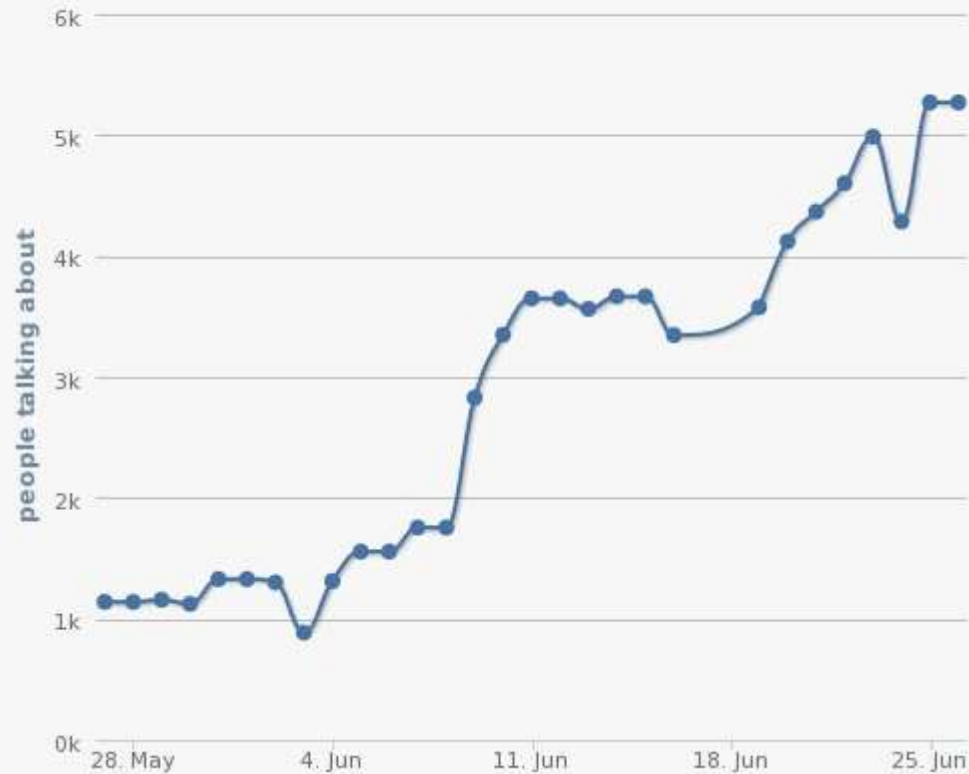
45,000

42,500

ΕΨΑ fans



ΕΨΑ people talking about



ΕΨΑ fans

62,500

60,000

Jun 18. Jun 25. Jun

30. Apr 7. May
socialbakers.com





Η πρώτη Ελληνική κόλα
από το 1986.
Η πρώτη με λεμόνι.
Έγινε ακόμα καλύτερη,
χωρίς ζάχαρη, με
γλυκαντικό από το
φυτό στέβια.



καμία
άλλη

NEA

- Με φυσικό γλυκαντικό από το φυτό Στέβια.
- Με μόλις 1 θερμίδα στο κουτί και 0,6 στο γυαλί.

www.epsa.gr

 facebook.com/epsa.gr





ΕΨΑ Cola λάϊτ - iTQi



NEA

καμία
άλλη





Επίδραση λάϊτ 2011-2012

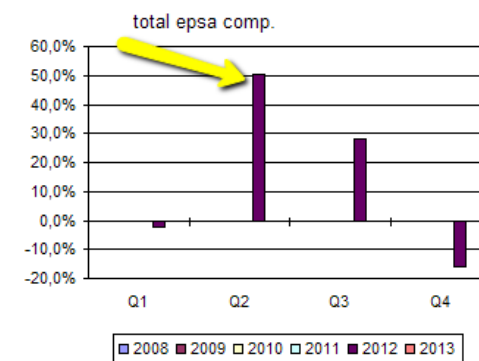
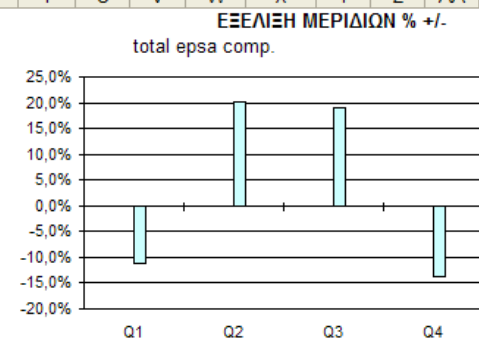
Microsoft Excel - Epsa data per month 2008 - 2013 (version 2 out)

File Edit View Insert Format Tools Data Window PIVOT Help

100%

Arial 10 B I U % , +.00 +.00

fx B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z AA AB



Μέσος όρος τριμήνων Μεταβολή



Τρίπτυχο: Παράδοση Ποιότητα Καινοτομία





Από την πράξη στη θεωρία!





Τα 4 «Ρ» έφυγαν!

Είναι γνωστά σε όλους τα 4 Ρ του μίγματος Μάρκετινγκ.

Για χρόνια οι διαχειριστές των προϊόντων άλλαζαν τη συνταγή στα Product, Place, Promotion, Price (Προϊόν, Τοποθέτηση, Προώθηση, Τιμή) για να επιτύχουν τα επιθυμητά εμπορικά αποτελέσματα.





Τα 4 «Ρ» έφυγαν!

Σήμερα οι σύγχρονες αγορές έχουν ξεπεράσει αυτήν την «απλοϊκή πια» θεώρηση και πρέπει οι επιχειρήσεις να εκσυγχρονίσουν, κατ αρχήν, τον τρόπο σκέψης τους και στη συνέχεια πολλά ακόμα... αν θέλουν να διατηρηθούν ή να επικρατήσουν!





Τα 4 «Ρ» έφυγαν!

Καλώς ήλθαν τα 4 «Ι» (που είναι 5)

- Innovation
- Imagination
- Integration
- Inner play
- (Information Technology)

(αναδημοσίευση επιτρέπεται με αναφορά στην πηγή)





Καλώς ήλθετε στα 4 «I»



Innovation : Η καινοτομία στα φυσικά ποτά χαρακτηριστικά δημιουργεί πολλές φορές την ειδοποιό διαφορά, είναι κινητήριοι παράγοντες για ένα προϊόν. Αλλά δεν πρέπει να μείνουμε μόνο εκεί! Αυτό είναι το προφανές... Η αγορά θέλει καινοτόμα προϊόντα. Έχει κουραστεί από την πεπατημένη και το κοινό είναι απαιτητικό περισσότερο από ποτέ. Τα γνωρίζουμε αυτά...

Σήμερα όμως η καινοτομία χρειάζεται παντού. Στη διαχείριση, στην οργάνωση της δομής, στον τρόπο επικοινωνίας, στα μέσα. Αλλά και σε στατικά σημεία της μάρκας (π.χ. όπως τα λογότυπα, τα οποία όλοι τα βλέπουμε και αντιμετωπίζουν με δέος/ευλάβεια και δεν τα αγγίζουν).

Δείτε το παράδειγμα της ΕΨΑ. Στις νέες συσκευασίες του Τσάι για πρώτη φορά σε προϊόν τα λογότυπα της μάρκας έχουν δράση στο εικαστικό (π.χ. αερόστατο, απόχη).





Καλώς ήλθαν τα 4 «Ι»

Imagination : Η δημιουργικότητα είναι ισχυρό συστατικό στοιχείο μιας μάρκας.

Ο καταναλωτής θέλει να του ανήκει η μάρκα του πρώτου, του καλύτερου, του πιο cool, που έχει ξεφύγει... Αφήστε τη φαντασία σας ελεύθερη και μην φοβάστε την αγορά.

Για ένα πράγμα να είστε σίγουροι, οι καταναλωτές είναι πιο μπροστά από εσάς και περιμένουν από εσάς να κάνετε το ίδιο ή καλύτερα.





Καλώς ήλθαν τα 4 «Ι»

Integration : Ολοκλήρωση και ενσωμάτωση. Το μέλλον ανήκει στις ολοκληρωμένες σε επίπεδο υπηρεσιών ή προϊόντων εταιρείες οι οποίες έχουν καταφέρει να έχουν **μινιμαλιστική δομή και οργάνωση**.

One Stop Shop + Compact Size = Success

Απόλυτη εξειδίκευση σε αντικείμενο, σε είδος, σε κλάδο, σε κάτι.

Ολοκληρωμένη αντιμετώπιση του πελάτη, να μην χρειάζεται να πάει αλλού και μέγεθος ευέλικτο στα μέτρα της κάθε αγοράς.





Καλώς ήλθαν τα 4 «Ι»

Inner play : Εσωτερική αναδιοργάνωση και υποδομές. Το παιχνίδι δεν είναι έξω αλλά μέσα. Όσο ποιο καλά λειτουργεί ο οργανισμός εσωτερικά τόσο ποιο καλές οι αποδόσεις έξω.

Ένα από τα πιο σημαντικά προϊόντα που παράγουν οι επιχειρήσεις είναι η γνώμη των εργαζομένων τους για αυτές!





Καλώς ήλθαν τα 4 «Ι»

(Information Technology) : Είναι δυνατόν να αναφέρεται ως συστατικό στοιχείο της Στρατηγικής του Μάρκετινγκ η Πληροφορική; **ΣΗΜΕΡΑ ναι!**

Είτε αναφερόμαστε σε εργαλεία όπως το Business Intelligence και τα λίγο παλιότερα ERP, είτε σε μέσα στα οποία έχει τη δυνατότητα με τη χρήση σύγχρονης τεχνολογίας η επιχείρηση να επικοινωνεί 1 προς 1 με τον καταναλωτή.

Σε γενικές γραμμές 2 είναι οι κατευθύνσεις

α) αξιοποιήστε την πληροφορία στο έπακρο έχοντας ως ευαγγέλιο τις βασικές αρχές της πληροφορικής (GIGO, KISS, RTFM, 1 time input – many out...)

β) αξιοποιήστε επικοινωνιακά το μέσο στο έπακρο
(σήμερα ΟΛΑ ΕΙΝΑΙ INTERNET!)

(αναδημοσίευση επιτρέπεται με αναφορά στην πηγή)





Τα 4 Ρ δεν έχασαν την αξία τους!

Είναι κλασικές παράμετροι, οι οποίες **προσδιορίζουν μεγάλο εύρος από την καθημερινότητα** στην εξέλιξη μιας μάρκας. Όμως η μεγάλη εικόνα έχει αλλάξει... το ίδιο και οι όροι της αγοράς.

Πολύ περισσότερο δε, σε περίοδο οικονομικής ύφεσης οι επιχειρήσεις πρέπει να δραστηριοποιηθούν πάνω στον νέο στρατηγικό άξονα σκέψης και οργάνωσης, όπου **η επίδραση της λεπτομέρειας αμβλύνεται από την εικόνα και την δύναμη της μάρκας ενώ οξύνεται από τις συνθήκες σε ορισμένα τμήματα της αγοράς.**

Τα 4 «Ι» μπορούν να εφαρμοστούν άμεσα. Τα αποτελέσματα έρχονται ανάλογα με τη δέσμευση και το επίπεδο της υλοποίησης. Φυσικά τα πράγματα για μια επιχείρηση θα ήταν ακόμη καλύτερα αν υπήρχε προετοιμασία χρόνια πριν την περίοδο κρίσης.

Θα μπορούσαμε ίσως να πούμε πολλά... αλλά αφιερώνοντας χρόνο στα λόγια... οι αγορές φεύγουν! **Ξεκινήστε ΤΩΡΑ!**





Συσχευασία // Καινοτομία, όπλα στη στρατηγική
του μάρκετινγκ της ΕΨΑ, Συμπεράσματα:

Να έχετε πάντα μια ιστορία να πείτε
(αν δεν έχετε δημιουργήστε!)

Τολμήστε...

Τολμήστε το διαφορετικό...

Οι ιδέες ανήκουν σε αυτούς που
τις υλοποιούν!

