

MarketingWeek

1 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2007 ▸ ΤΕΥΧΟΣ 1162 ▸ ΤΙΜΗ: €5

www.marketingweek.gr

ADVERTISING

MARKETING

MEDIA

PUBLIC RELATIONS

INTERNET

Advertising

Σtereότυπα

Όχι πάλι, Θεέ μου!
σελίδα 72

Διαφήμιση στα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς

Ο κατάλληλος μεσα-ζων
σελίδα 62

Public Relations

Ανακλήσεις προϊόντων

Επικοινωνήστε άμεσα,
γρήγορα, ειλικρινά
σελίδα 76

Marketing

Δημήτρης Αβραάμ,
Όμιλος Κωτσόβολου
Το «one stop shopping»
δείχνει το δρόμο
σελίδα 28

Branding - Corporate

Μια εικόνα, χίλες λέξεις!
σελίδα 34

Media

Νέα Διακυβέρνηση
Η ατζέντα των media
σελίδα 78

Luxury Magazines

Το παντεσπάνι
των εκδοτών
σελίδα 84

boussias | communications

Recycling[®] Centers

ΤΟ **ΝΕΟ** μέσο για
δυναμική επικοινωνία



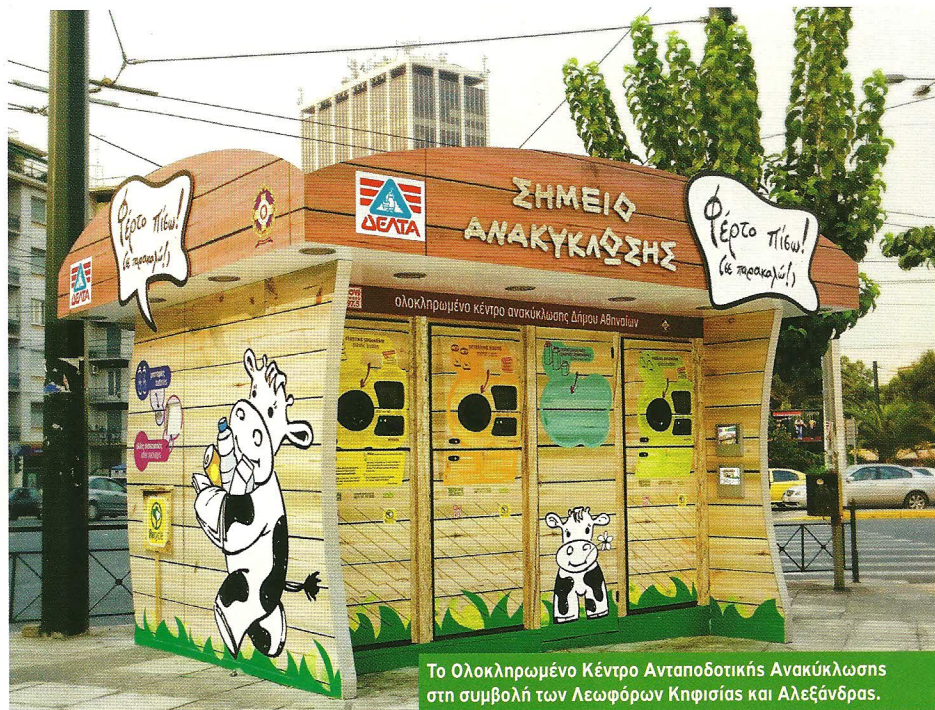
διαφήμιση
προώθηση πωλήσεων
εταιρική κοινωνική ευθύνη
χορηγία
events

TEXON
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΑ ΔΕΛΤΑ - RECYCLING CENTERS

Συνεργασία υψηλής ανταποδοτικότητας

Ο Κλάδος Γαλακτοκομικών & Ποτών της Vivartia αποτελεί έναν ακόμα μεγάλο διαφημιζόμενο που επέλεξε να επενδύσει στα Recycling Centers, τα σύγχρονα κέντρα ανακύκλωσης της TEXAN Περιβαλλοντική Διαχείριση. Το project αφορά στο Φρέσκο Γάλα ανταποδοτικής ΔΕΛΤΑ και στο γνωστό αγελαδάκι, η μορφή του οποίου έντυσε αρκετά Recycling Centers του Δήμου Αθηναίων.



Το Ολοκληρωμένο Κέντρο Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης στη συμβολή των Λεωφόρων Κηφισίας και Αλεξάνδρας.



Το Ολοκληρωμένο Κέντρο Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης στην Πλατεία Βικτωρίας.

Το πρόγραμμα έχει διανθιστεί και με μια σειρά προωθητικών ενεργειών, που αφορούν στην προσφορά εκπαιδευτικών κουπονιών σε όσους πολίτες επιλέγουν τα Recycling Centers για να ανακυκλώσουν πλαστικά μπουκάλια, μεταλλικά κουτιά και γυάλινες φιάλες. Ο Λευτέρης Δεληγιάννης, Business Development Manager του κλάδου Γαλακτοκομικών & Ποτών της Vivartia, μίλησε στο Marketing Week για τους λόγους που το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ επέλεξε να επενδύσει στα Recycling Centers, ένα μέσο που συνδυάζει ιδανικά την εταιρική κοινωνική ευθύνη, με σημαντικό κέρδος για το περιβάλλον και την κοινωνία.

Marketing Week: Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι το project των Recycling Centers είναι άκρως ενδιαφέρον από όποια πλευρά κι αν το δει κανείς. Το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ από ποια πλευρά το είδε και προχώρησε

ΤΟΥ
ΔΗΜΗΤΡΗ
ΚΟΡΔΕΡΑ

στην υλοποίηση του προγράμματος; **Λευτέρης Δεληγιάννης:** Το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ στο πρόγραμμα της ανακύκλωσης διέγινωσε μια ευκαιρία να εμβαθύνει ακόμη περισσότερο στη καθημερινή προσπάθεια που καταβάλλει για να προσεγγίσει και να συνδεθεί με τους καταναλωτές, προσπαθώντας να ευαισθητοποιήσει και να συνεισφέρει σε ένα μεγάλο πρόβλημα -την ανακύκλωση- που απασχολεί όλους μας. Μία μεγάλη μάρκα δεν μπορεί να παραμείνει αμέτοχη στα μεγάλα ζητήματα που απασχολούν το κοινό. Επίσης, η νέα εποχή στρέφεται σε διαφορετικούς -σε σχέση με το παρελθόν- τρόπους επικοινωνίας με το κοινό. Έτσι, για να προσεγγίσουμε ολοκληρωμένα και αποτελεσματικά το κοινό στο οποίο στοχεύουμε, κινούμεθα ταυτόχρονα σε πολλά διαφορετικά επίπεδα, χρησιμοποιώντας διαφορετικούς και «φρέσκους» τρόπους. Θεωρούμε ότι ένας από αυτούς είναι και η ενεργός συμμετοχή σε προγράμματα που αφο-

ρούν ζητήματα που αγγίζουν όλους μας. Ένα τέτοιο πρόγραμμα είναι και η ανακύκλωση, που με τις κατάλληλες προϋποθέσεις, μπορεί να αποτελέσει μια παράλληλη πλατφόρμα επικοινωνίας και συναισθηματικής σύνδεσης. Επιπλέον, η πλατφόρμα της ανακύκλωσης, είναι ένα πεδίο όπου εμείς ως μάρκα με ηγετική θέση στο χώρο μας, δραστηριοποιηθήκαμε πρώτοι και φυσικά, μέσα από μία τέτοια ενέργεια, ενισχύεται και η εικόνα της μάρκας που συμμετέχει σε αυτή την προσπάθεια.

Για την επιτυχία ενός προωθητικού προγράμματος δεν αρκεί η καλή ιδέα. Πρέπει και το προϊόν να αρμόζει με τη φιλοσοφία του προγράμματος. Στην περίπτωσή σας, προτάξατε το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ. Για ποιους λόγους;

Οι καταναλωτές προσωποποιούν τις εταιρείες στις μάρκες που επιλέγουν και βάζουν καθημερινά στο νοικοκυριό τους. Για εμάς, το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ αποτε-

λεί την ισχυρότερη μάρκα στον τομέα των γαλακτοκομικών. Είναι μια μάρκα με ισχυρή εικόνα και πολύ πλούσια σε αξίες, όπως η φρεσκάδα, η φυσικότητα, η αγνότητα, η θρεπτικότητα, η ποιότητα. Επίσης, το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ έχει το υψηλότερο ποσοστό διεισδυσας απ' όλα τα φρέσκα γάλατα και απολαμβάνει της μεγαλύτερης αναγνωρισιμότητας. Αγοράζεται καθημερινά και απευθύνεται σε όλη την οικογένεια

της κάθε ενέργειας. Τα αποτελέσματα θα πρέπει να εκτιμηθούν σε βάθος χρόνου και σε σχέση με συγκεκριμένα κριτήρια αξιολόγησης που έχουμε θέσει. Οι εντυπώσεις ωστόσο που άφησε στους καταναλωτές είναι εξαιρετικές, αφού το concept που δημιουργήθηκε σε συνεργασία με τη διαφημιστική εταιρεία που ανέλαβε το συγκεκριμένο πρόγραμμα, ήταν τελείως διαφορετικό από τις «συνήθειες» προε-

Με αριθμούς

620.000

καταναλωτές
επισκέπτονται
κάθε μήνα
τα Κέντρα
Αναποδοτικής
Ανακύκλωσης στο
Δήμο Αθηναίων.

350.000

κιλά υλικών
ανακυκλώνονται
κάθε μήνα
στα Recycling
Centers.

για σειρά από διαφορετικές ενέργειες που θα βοηθήσουν κατ' αρχάς στην ευαισθητοποίηση και στην εκπαίδευση του κοινού. Στο κάτω-κάτω, δεν μπορεί κανείς να κάνει κάτι εάν δεν το έχει πρώτα αγαπήσει. Και δεν μπορεί κανείς να αγαπήσει κάτι εάν πρώτα δεν το έχει μάθει. Επομένως, η ευαισθητοποίηση και η εκπαίδευση αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για να περάσουμε στο στάδιο της καθολικής εφαρμογής.

Οι ενέργειες εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, αλλά και εκείνες που αφορούν περιβαλλοντικές ευαισθησίες πληθαίνουν ημέρα με την ημέρα. Κάποιες επιχειρήσεις επενδύουν σε αυτές επειδή πιστεύουν

στην αναγκαιότητά τους και κάποιες το κάνουν επειδή απλά, «είναι της μόδας». Ποια είναι εκείνα τα στοιχεία που διακρίνουν τη μια περίπτωση από την άλλη; Πότε μπορούμε να καταλάβουμε αν μια εταιρεία επενδύει σε αυτές τις ενέργειες γιατί τις πιστεύει ή απλά «γιατί είναι της μόδας και το κάνουν όλοι»;

Υπάρχουν μερικά κριτήρια που κατά τη γνώμη μου, μας βοηθούν να ξεχωρίσουμε τις πραγματικές προθέσεις ενός οργανισμού που εισέρχεται σε ένα τέτοιο χώρο. Το πρώτο κριτήριο είναι η χρονική στιγμή που επιλέγει να εισέλθει. Όσο πιο νωρίς, όταν ακόμα το συγκεκριμένο >



Το Ολοκληρωμένο Κέντρο Αναποδοτικής Ανακύκλωσης στην Πλατεία Ομονοίας.

και κυρίως στα παιδιά, δηλαδή το μέλλον αυτού του κόσμου. Όλα αυτά ταιριάζουν με την ιδέα της ανακύκλωσης. Η ανακύκλωση στοχεύει σε παραπλήσιες αξίες. Είναι ένα καθημερινό ζήτημα που απασχολεί ολόένα και περισσότερους πολίτες και αποσκοπεί σε ένα καλύτερο αύριο για εμάς και τα παιδιά μας. Έτσι, σε αυτή τη ενέργεια, η επιλογή να συνδυάσουμε το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ με τη φιλοσοφία της αναποδοτικής ανακύκλωσης προσδίδει αξιοπιστία και σοβαρότητα, γιατί είναι μια μάρκα από την οποία το κοινό θα περίμενε να συμμετάσχει σε μια τέτοια πρωτοβουλία.

Πώς βλέπετε το αποτέλεσμα της συνεργασίας; Τόσο από την επιχειρηματική του πλευρά, όσο και από την πλευρά των εντυπώσεων που άφησε στους καταναλωτές. Με άλλα λόγια, είναι αποτελεσματικό;

Θέτετε ένα ζήτημα πολύ σοβαρό και καιρίο, τη μέτρηση της αποτελεσματικότητας

γίσεις. Επίσης, στο concept αυτό εντάχθηκε αρμονικά και έχει πρωταγωνιστικό ρόλο το «αγελαδάκι» που είναι το επικοινωνιακό όχημα του Φρέσκου Γάλακτος ΔΕΛΤΑ. Με αυτό τον τρόπο συζεύξαμε την ιδέα της ανακύκλωσης με τη μάρκα, δημιουργώντας ένα ισχυρό και αρμονικό δεσμό.

Από τα λεγόμενα σας, είναι φανερό ότι έχετε έναν ολοκληρωμένο σχεδιασμό για το project των Recycling Centers. Θα μπορούσατε να μας τον αναπτύξετε;

Όταν μία μάρκα επιλέγει να δραστηριοποιηθεί επάνω σε μία πλατφόρμα, σημαίνει ότι την επιλέγει με σκοπό να επενδύσει και να οικοδομήσει. Επομένως χρειάζεται επιμονή και συνέπεια σε βάθος χρόνου. Ειδικά με την ανακύκλωση που αποτελεί λύση ζωής, μια μάρκα που επιλέγει να συνδεθεί με αυτή, πρέπει να αναλαμβάνει συνεχώς πρωτοβουλίες, να εκπαιδεύει το κοινό και να δίνει το παράδειγμα. Έτσι, το πλάνο υποστήριξης θα περιλάβει

Ξεκάθαρο νομικό καθεστώς
Η διαφήμιση και η χορηγία σε «μέσα ανακύκλωσης»,
καλύπτεται από συγκεκριμένο και ξεκάθαρο πλαίσιο λειτουργίας, γιατί η υποστήριξη της ανακύκλωσης ενισχύει σημαντικούς περιβαλλοντικούς σκοπούς.





Ενημερωτικά φυλλάδια που διανέμονται στα Recycling Centers.

ΔΡ. ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΜΟΥΡΓΟΣ, TEXAN ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

Τα άμεσα μετρήσιμα αποτελέσματα, ισχυρό ατού των Recycling Centers



Στο πλαίσιο του ρεπορτάζ για τη συνεργασία του Φρέσκο Γάλακτος ΔΕΛΤΑ με τα Recycling Centers, είχαμε την ευκαιρία να μιλήσουμε με τον Δρ. Παναγιώτη Μούργο, Διευθύνοντα Σύμβουλο της TEXAN ΑΒΕΕ Περιβαλλοντική Διαχείριση, για την αυξανόμενη διείσδυση του νέου μέσου στους διαφημιζόμενους, αλλά και την ολοένα και μεγαλύτερη αποδοχή του από τους πολίτες.

Marketing Week: Τα Recycling Centers ήταν φανερό ότι εξ αρχής είχαν τις προδιαγραφές να διαγράψουν επιτυχημένη πορεία. Η τωρινή συγκυρία, με τη διαρκώς καλλιεργούμενη περιβαλλοντική συνείδηση του πολίτη εν μέσω φυσικών καταστροφών, σε ποιο βαθμό ευνοεί την περαιτέρω ανάπτυξή τους;

Παναγιώτης Μούργος: Τη σπουδαιότητα κάποιων πραγμάτων την κατανοούμε όταν τα χάνουμε ή όταν απειλούνται να χαθούν. Άρα, με τη τωρινή συγκυρία, απλώς αναδεικνύεται η σημαντικότητα αλλά και η προτεραιότητα που πρέπει να έχει για τον καθένα μας η προστασία του περιβάλλοντος. Η ανακύκλωση είναι μία ενεργητική και συμμετοχική διαδικασία προστασίας του περιβάλλοντος. Είναι η διαδικασία και η ενέργεια με την οποία ο καθένας μας μπορεί να συμβάλει, έμπρακτα και καθημερινά, στην προστασία του περιβάλλοντος, αλλά και στην εξοικονόμηση πρώτων υλών και

ζήτημα δεν είναι ευρέως γνωστό, τόσο πιο καλά. Συνήθως αυτοί που ακολουθούν μόδες εισέρχονται στο χώρο με μία χρονική υστέρηση. Το δεύτερο κριτήριο είναι η συστηματικότητα και η διαχρονικότητα του προγράμματος υποστήριξης μιας τέτοιας πρωτοβουλίας, καθώς και η ποιότητα και το «βάθος» των ενεργειών. Αυτοί που πιστεύουν σε μια τέτοια πρωτοβουλία, «χτίζουν» συστηματικά και είναι πάντοτε παρόντες. Ένα τρίτο κριτήριο, είναι η ένταση και το ύψος της επικοινωνίας που επιλέγεται. Όταν μία εταιρεία επενδύει περισσότερο στην επικοινωνία που θα προβάλλει προς τα έξω τη

συμμετοχή της, παρά στην ουσία και στους άξονες δράσης, τότε γεννιέται η δυσπιστία για τις προθέσεις της επιχείρησης. Σαν γενικό κανόνα, σε αυτές τις ενέργειες είναι καλύτερα μια εταιρεία να διατηρεί χαμηλό προφίλ και να αποφεύγει τα πολλά λόγια. Τέλος, οι καταναλωτές, που είναι και οι τελικοί αποδέκτες τέτοιων ενεργειών, αποτελούν ένα αξιόπιστο κριτήριο. Οι καταναλωτές με όλα τα μέσα και τις πηγές πληροφόρησης που έχουν στη διάθεσή τους, αξιολογούν, κρίνουν και «επιβραβεύουν» ή «τιμωρούν» μια εταιρεία επιλέγοντας ή αντίστοιχα αδιαφορώντας για τα προϊόντα της.

ενέργειας. Γι' αυτό και τα Recycling Centers συνεχώς επεκτείνονται, ώστε να δοθεί η δυνατότητα και η ευκαιρία σε περισσότερους πολίτες να συμμετάσχουν στη διαδικασία της ανακύκλωσης.

Η τελευταία συνεργασία σας με το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ στα Recycling Centers, δημιούργησε θετικές εντυπώσεις τόσο στους πολίτες/καταναλωτές, όσο και σε άλλους διαφημιζόμενους. Πείτε μας σε τι ακριβώς συνίσταται αυτή η συνεργασία. Αρχικά, θα ήθελα να σημειώσω την ιδιαίτερη ικανοποίησή μας που το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ εμπιστεύθηκε τα Recycling Centers. Παράλληλα, η συνεργασία αυτή μας ωθεί να αναπτύξουμε νέες αλλά και tailor-made υπηρεσίες που να καλύπτουν τις ιδιαίτερες ανάγκες της εταιρείας χορηγού. Αναφορικά με τη συνεργασία, αυτή, συνίσταται στην πλήρη αξιοποίηση από το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ των καινοτόμων και εξαιρετικά αποτελεσματικών παρεχόμενων υπηρεσιών των Recycling Centers. Ειδικότερα, κατ' αρχήν, πραγματοποιείται υπαίθρια διαφήμιση στα κεντρικότερα σημεία της χώρας, με το «ντύσιμο» του κάθε Κέντρου με εντυπωσιακό δημιουργικό. Παράλληλα, πραγματοποιείται προώθηση πωλήσεων, με την εγγυημένη αυτόματη διανομή κουπονιών με την προσφορά προς τον καταναλωτή, ενώ υπάρχει και πλήρες reporting. Επιπλέον, μία ιδιαίτερα ελκυστική υπηρεσία είναι η πραγματοποίηση events, όπως δια-

γωνισμοί ανακύκλωσης και δειγματοδιανομές, στα κεντρικότερα σημεία της πόλης. Επιπρόσθετα, εκφωνούνται διαφημιστικά και άλλα μηνύματα, με αξιοποίηση της ηχητικής εγκατάστασης του Κέντρου. Ως αποτέλεσμα, δεν υποστηρίζονται μόνο οι στόχοι marketing και πωλήσεων, αλλά πλέον αναγνωρίζεται και γίνεται ακόμα πιο αποδεκτή η εταιρική κοινωνική ευθύνη του χορηγού, αφού συνδέεται με την προστασία του περιβάλλοντος.

Πότε ξεκίνησε το πρόγραμμα, σε ποια σημεία εξελίσσεται και πόσο θα διαρκέσει ακόμα;

Το πρόγραμμα άρχισε να υλοποιείται μέσα στο καλοκαίρι, σε κεντρικά σημεία -κατ' αρχήν- του Δήμου Αθηναίων. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να σημειωθεί, ότι ο κλάδος Γαλακτοκομικών και Ποτών της Νινάρτια δεν αντιμετωπίζει το εν λόγω πρόγραμμα ως μία ad-hoc ενέργεια, αλλά έχει μία ολοκληρωμένη στρατηγική για να συμβάλει στη συμμετοχή περισσότερων καταναλωτών στη διαδικασία της ανακύκλωσης. Θα πρέπει να τονιστεί, ότι -στο πλαίσιο και λόγω της παρούσας συνεργασίας- ξεκίνησε για πρώτη φορά στην Ελλάδα, η στοχευμένη ανακύκλωση των πολυστρωματικών χάρτινων συσκευασιών από γάλα και χυμούς. Σε όλα τα Ολοκληρωμένα Κέντρα Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης που χορηγούνται από το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ, έχει δημιουργηθεί



Τα κουπόνια προωθητικών ενεργειών που αυτόματα εκτυπώνονται και παραλαμβάνονται από τους καταναλωτές.

ειδικός χώρος για τη συλλογή και ανακύκλωση των εν λόγω συσκευασιών.

Κάθε υποψήφιος χορηγός/διαφημιζόμενος των Recycling Centers επιδιώκει τα μέγιστα οφέλη από μια τέτοια συνεργασία. Υπάρχουν μετρήσιμα στοιχεία που να αποδεικνύουν ότι τα οφέλη είναι σημαντικά; Καταρχήν, θα πρέπει να αναφέρουμε τη συμμετοχή των καταναλωτών, που είναι η «κινήτριος δύναμη» για τη λειτουργία των Recycling Centers. Περισσότεροι από 620.000 καταναλωτές επισκέπτονται κάθε μήνα τα Ολοκληρωμένα Κέντρα Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης στο Δήμο Αθηναίων και ανακυκλώνουν πάνω από 350.000 κιλά υλικών. Άρα, είναι φανερό η δυναμική της «πλατφόρμας» της ανακύκλωσης για να επικοινωνούν οι χορηγοί με τους πολυάριθμους καταναλωτές. Επιπρόσθετα, τα αποτελέσματα όλων των ενεργειών είναι πλήρως μετρήσιμα, με αξιοποίηση των σημαντικών τεχνολογικών δυνατοτήτων του εξοπλισμού. Αυτόματα καταγράφονται και αποθηκεύονται -στον ενσωματωμένο ηλεκτρονικό υπολογιστή- όλα τα στοιχεία των προωθητικών ενεργειών, όπως ο αριθμός των συμμετεχόντων καταναλωτών, ο αριθμός των εκδιδόμενων κουπονιών ανά είδος, το προσφερόμενο ανταποδοτικό αντίτιμο, το δωρηθέν αντίτιμο υπέρ του κοινωνικού σκοπού κ.ά. Παράλληλα, η κάθε προωθητική ενέργεια είναι πλήρως ελεγχόμενη, αφού το σύνολο των χαρακτηριστικών της (όπως ο συνολικός αριθμός κουπονιών, η συχνότητα έκδοσης, το μήνυμα προς τους καταναλωτές κ.ά.) προγραμματίζεται εκ των προτέρων στον ενσωματωμένο ηλεκτρονικό υπολογιστή. Επιπλέον, η ύπαρξη on line σύνδεσης όλων των Ολοκληρωμένων Κέντρων Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης με τον κεντρικό server του Συστήματος, επιτρέπουν τόσο την on line ενημέρωση και αποστολή στοιχείων, όσο και τον άμεσο-εξ αποστάσεως προγραμματισμό μίας νέας προωθητικής ενέργειας. Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι στην προωθητική ενέργεια για το Φρέσκο Γάλα ΔΕΛΤΑ, κατά τους δύο πρώτους μήνες, εκδόθηκαν περισσότερα από 22.000 κουπόνια προσφοράς.

Οι διαφημιζόμενοι στα Recycling Centers, εκτός από τη διαφήμιση αυτή καθ' αυτή, περνούν και μηνύματα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης στους πολίτες. Η παράμετρος αυτή έχει γίνει κατανοητή στους διαφημιζόμενους;

Έρευνες στην Ευρώπη αλλά και την Ελλάδα έχουν δείξει ότι το περιβάλλον γίνεται πλέον η βασικότερη συνιστώσα σε κάθε πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Παράλληλα, η ενεργητική συμμετοχή των πολιτών σε ένα πρόγραμμα ΕΚΕ, συμβάλλει καθοριστικά στην αναγνώριση και την αποδοχή του από τους καταναλωτές. Στο πλαίσιο αυτό, είναι φανερό στους χορηγούς ότι η αξιοποίηση των Recycling Centers ικανοποιεί και τους στόχους τους για την ανάδειξη της κοινωνικής συνεισφοράς τους.

Η αξιοποίηση των Recycling Centers, εκτός από τον τρόπο που γνωρίζουμε, μπορεί να συνδυαστεί και με άλλες ενέργειες marketing; Δώστε μας κάποιο παράδειγμα.

Βασική μας επιδίωξη είναι η συνεχής επέκταση των παρεχόμενων υπηρεσιών με αξιοποίηση των τεχνολογικών δυνατοτήτων του χρησιμοποιούμενου εξοπλισμού. Για το λόγο αυτό, σχεδιάζουμε και υλοποιούμε ενέργειες που ικανοποιούν τις ιδιαίτερες ανάγκες των χορηγών. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι τα Recycling Centers μπορούν να λειτουργήσουν και ως βασικό όχημα loyalty marketing. Έχουμε αναπτύξει μία παρεχόμενη υπηρεσία, σύμφωνα με την οποία όταν εισάγεται κάποια συγκεκριμένη συσκευασία -που έχει ένα συγκεκριμένο barcode- μπορεί αυτόματα να εκδίδεται στον καταναλωτή ένα προκαθορισμένο κουπόνι προσφοράς. Έτσι, μπορεί να επιβραβευτεί η αγορά (άρα και η επιστροφή για ανακύκλωση) ενός προϊόντος και να ενισχύεται η πιστότητα στο προϊόν, με την παροχή προκαθορισμένων προσφορών. Παράλληλα, και αυτή η ενέργεια είναι πλήρως ελεγχόμενη. Δηλαδή μπορεί να εκδοθεί ένας προκαθορισμένος αριθμός κουπονιών, ενώ μπορεί να υπάρχει ημερήσιο reporting.

Η δυναμική των Recycling Centers, εκτός από τη στήριξη των διαφημιζόμενων, προβάλλεται και με άλλες ενέργειες; Στήριζονται και από άλλους φορείς;

Βασική παράμετρος για τη συνεχή ανάπτυξη της δυναμικής των Recycling Centers και τη μέγιστη δυνατή συμμετοχή των καταναλωτών στα προγράμματα ανακύκλωσης, είναι η προβολή του Συστήματος αλλά και των πολλαπλών οφελών που επιτυγχάνονται από την ανακύκλωση των συσκευασιών. Στο πλαίσιο αυτό, το Love Radio 97,5 είναι ο χορηγός επικοινωνίας του



Ο Μιχάλης Χατζηγιάννης συμμετέχει ενεργά στη διαδικασία της ανακύκλωσης.

Συστήματος και με καθημερινά διαφημιστικά μηνύματα και αναφορές των παραγωγών του, παροτρύνονται οι πολίτες να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος με την επιστροφή για ανακύκλωση των μετά τη χρήση συσκευασιών. Παράλληλα, σε ειδική εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε, ο Δήμαρχος Αθηναίων Νικήτας Κακλαμάνης ανακήρυξε το δημοφιλή καλλιτέχνη Μιχάλη Χατζηγιάννη ως «Υποστηρικτή της Ιδέας της Ανακύκλωσης» στο Σύστημα Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης.

Επέκταση ανά την Ελλάδα Τα Recycling Centers ήδη λειτουργούν σε Αττική, Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Λάρισα, Βόλο, Καλαμάτα, Κέρκυρα αλλά και άλλες πόλεις της χώρας.

Η ενίσχυση της δυναμικής των Recycling Centers αφορά όμως και σε μια σειρά άλλων ενεργειών ΕΚΕ. Αναφέρετέ μας μερικές από αυτές.

Με την έναρξη της φετινής σχολικής χρονιάς, ξεκίνησε και παρουσιάστηκε το «Πρόγραμμα Ανακύκλωσης στα Σχολεία», υπό την αιγίδα του Υπουργείου Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων και του Δήμου Αθηναίων. Ήδη έχουν τοποθετηθεί τα πρώτα δύο Κέντρα Ανακύκλωσης, ενώ θα τοποθετηθούν τουλάχιστον 100 Κέντρα Ανακύκλωσης σε σχολικές μονάδες. Είναι εξαιρετικά σημαντικό που οι μαθητές, τα νέα παιδιά, θα συμμετέχουν στη διαδικασία της ανακύκλωσης, γιατί έτσι θα δημιουργηθεί μια νέα γενιά με αυξημένη περιβαλλοντική ευαισθησία. Παράλληλα, για πρώτη φορά σε παγκόσμια κλίμακα, ξεκίνησε η λειτουργία του Προγράμματος του «Κινητού Ολοκληρωμένου Κέντρου Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης». Ήδη, το πρώτο μετακινούμενο Κέντρο Ανακύκλωσης ξεκίνησε τη «διαδρομή» του με τη χορηγία της Alpha Bank. Επιπρόσθετα, εντός των επόμενων ημερών, δύο νέα σημαντικά Προγράμματα Ανταποδοτικής Ανακύκλωσης θα ανακοινωθούν και θα ξεκινήσουν. **MW**



Έχετε άποψη;
dkorderas@bousias.com