CARE DIRECT

Αγκαλιάζουμε 3.000.000 νέες μητέρες κάθε χρόνο σε 15 χώρες

Στην Care Direct (www.caredirect.com), συμπληρώνουμε φέτος 29 χρόνια λειτουργίας. Βρισκόμαστε σε 15 χώρες με δύο σημαντικά κέντρα διοίκησης. Το ένα κέντρο με έδρα την Αθήνα καλύπτει την Νοτιοανατολική Ευρώπη (Ελλάδα, Ρουμάνια, Βουλγαρία, Σερβία, Ουγγαρία και Κύπρο). Το δεύτερο κέντρο με έδρα το Ντουμπάι, καλύπτει την περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής (Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Σαουδική Αραβία, Κουβέιτ, Μπαχρέιν, Κατάρ, Ομάν, Αίγυπτο, Ιορδανία και Λίβανο).





Εχουμε αναπτύξει απόλυτη εξειδίκευση στην επικοινωνία των παιδικών προϊόντων, η οποία στηρίζεται στη διαχρονική εμπειρία από τις διαφορετικές αγορές και κουλτούρες.

Ακολουθούμε τις νέες μητέρες σε όλες τις φάσεις της μητρότητας, με διαφορετικά εργαλεία από τη στιγμή της σύλληψης και καθ' όλη τη διάρκεια της ανάπτυξης των παιδιών, επικοινωνώντας τις διαφορετικές προϊοντικές ανάγκες.

Επίσης, αναλαμβάνουμε συμβουλευτικά προγράμματα για την είσοδο παιδικών προϊόντων σε νέες αγορές, μέσα από τη διαδικασία έρευνας αγοράς, προτάσεων προϋπολογισμού, υλοποίησης ενεργειών λανσαρίσματος και μέτρησης αποτελεσματικότητας.

Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΜΑΣ ΣΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΜΗΤΕΡΩΝ

Τα προϊόντα που απευθύνονται στο συγκεκριμένο κοινό, έχουν πολύ μικρό κύκλο ζωής. Πιο συγκεκριμένα, όσα αφορούν τη φάση της εγκυμοσύνης έχουν κύκλο ζωής 5 μήνες. Αντίστοιχα, τα προϊόντα που αφορούν το νεογέννητο, έχουν κύκλο ζωής από 12 έως 24 μήνες.

Ακόμα, ανάλογα το προϊόν που έχουμε να υποστηρίξουμε, δηλαδή ανάλογα με τη στιγμή που το προϊόν μπαίνει στη ζωή της οικογένειας, δημιουργούμε διαφορετικά μοντέλα επικοινωνίας.

Για παράδειγμα, ένα παιδικό απορρυπαντικό με το οποίο η μητέρα θα πλύνει τα πρώτα ρουχαλάκια του μωρού, θα συνδέσει τη μυρωδιά του με το μωρό της. Με την ίδια λογική, ένα δείγμα πάνας ή ενός βρεφικού σαμπουάν που θα έρθει στα χέρια μίας μητέρας τη στιγμή που τα χρειάζεται (Point of Entry Marketing) βοηθά στο να αναπτυχθεί ένας συναισθηματικός δεσμός μαζί της, επηρεάζοντας τις μελλοντικές τις αγορές της.

Ταυτόχρονα, έχουμε δημιουργήσει ψηφιακές πλατφόρμες, με διαφορετικό σκοπό και στόχο η καθεμιά, που σε συνδυασμό με τη χρήση των Social Media και CRM ενεργειών, πολλαπλασιάζουν τη δυναμική τους.

Το υβριδικό μοντέλο μας, λειτουργεί σαν μία καλοκουρδισμένη μηχανή με εξαιρετικά αποτελέσματα, όπως άλλωστε επιβεβαιώνουν οι έρευνες και -πάνω απ' όλα- οι ευχαριστημένοι πελάτες μας!

ΠΟΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΧΟΥΜΕ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΜΗΤΕΡΩΝ

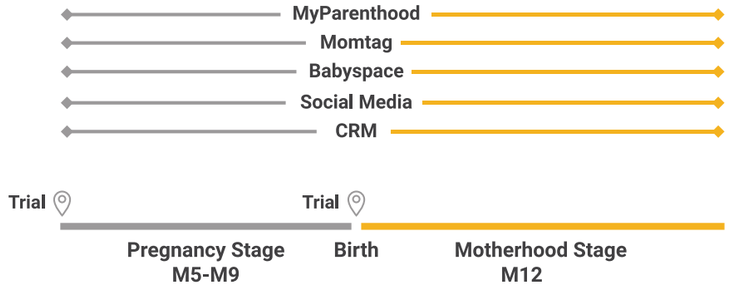
1. **Pregnancy Gift Box:**Το πρώτο κουτί δώρου με δείγματα προϊόντων που δίνεται στην εγκυμοσύνη. Τα προϊόντα για άμεση χρήση που περιέχονται στο κουτί αφορούν τόσο την ίδια τη μητέρα, όσο και το μωρό της και στοχεύουν στο «χτίσιμο» ενός συναισθηματικού δεσμού μαζί της.
2. **Οδηγός Εγκυμοσύνης «Η πιο γλυκιά αναμονή»:** Το βιβλίο εκπαιδεύει τη μέλλουσα μαμά στο όμορφο ταξίδι της εγκυμοσύνης και την προετοιμάζει να δεχτεί το νέο μέλος στην οικογένεια. Υλοποιείται σε συνεργασία με τη δημοσιογραφική ομάδα της Μυρτούς Κάζη.
3. **Natal Gift Box:** Το ταξίδι στη μητρότητα ξεκινά με το δεύτερο κουτί δώρου, που περιέχει δείγματα προϊόντων που αφορούν το νεογέννητο μωρό. Η πρώτη χρήση τους είναι σημαντική διότι -τις περισσότερες φορές- οδηγεί σε αγορά τους, για το επόμενο μικρό διάστημα ζωής τους.



Natal Gift Box

4. **Οδηγός Γέννησης «Σχέσεις Στοργής»:** Το βιβλίο που εκπαιδεύει τη μητέρα στο όμορφο ταξίδι της γονεϊκότητας, απαντώντας σε απλές απορίες για τον πρώτο χρόνο ζωής του μωρού.

ΤΟ ΥΒΡΙΔΙΚΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΜΑΣ



Υλοποιείται σε συνεργασία με τη δημοσιογραφική ομάδα της Μυρτούς Κάζη.

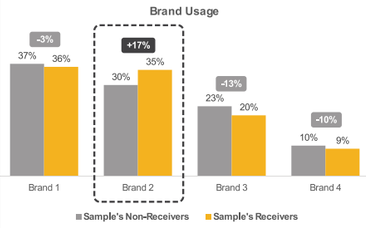


Pregnancy Gift Box

5. **CRM:** Η επαφή με τη μητέρα συνεχίζεται με newsletters ανάλογα την ηλικία του παιδιού, που σκοπό έχουν να την εκπαιδεύσουν στη σωστή χρήση των προϊόντων, κάνοντας πιο εύκολη την καθημερινότητά της.
6. **Babyspace (www.babsypace.gr):** Ένα portal που στέκεται δίπλα στο ζευγάρι, από τη σύλληψη και σε όλο το ταξίδι της γονεϊκότητας, με περισσότερα από 5.000 άρθρα που υπογράφουν ειδικοί.
7. **Momtag (www.mom-tag.gr):** Οι μητέρες της διπλανής πόρτας, μιλούν για την εμπειρία τους με τα συνεργαζόμενα προϊόντα. Η συμμετοχή τους είναι εθελοντική και το αποτέλεσμα μοναδικό!
8. **MyParenthood (www.myparenthood.gr):** Η online εκπαιδευτική πλατφόρμα με διαδικτυακά σεμινάρια που αφορούν όλο τον κύκλο της γονεϊκότητας και ταυτόχρονα, βοηθούν στην αντιμετώπιση όλων των σύγχρονων προκλήσεων που αντιμετωπίζουν οι γονείς.

ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΜΕΤΡΗΣΗΣ ΤΗΣ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1. **Pre & Post Evaluation Research:** Μετράμε την αναγνωρισιμότητα και τη χρήση προϊόντος ανάμεσα σε δύο ομάδες καταναλωτών. Μία ομάδα που έχει δεχθεί τις ενέργειες -συγκριτικά- με μία ομάδα που δεν τις έχει δεχθεί. Στο 95% των περιπτώσεων, τα αποτελέσματα είναι εκπληκτικά, ενώ βοηθάει τους πελάτες να κάνουν ακόμα περισσότερες ενέργειες. Δεν είναι λίγες εκείνες οι περιπτώσεις που προτείνουμε στους πελάτες μας να κάνουν ένα μικρό πιλοτικό πρόγραμμα, να το μετρήσουμε και στη συνέχεια να πάρουν τις αποφάσεις τους.



2. **Mums Voice:** Προκειμένου να παρακολουθούμε διαχρονικά την εξέλιξη των μεριδίων αγοράς των βρεφικών/παιδικών προϊόντων στο ηλικιακό γκρούπ 0-12 μηνών, έχουμε δημιουργήσει τη Mums Voice. Η συγκεκριμένη έρευνα γίνεται μία (1) φορά τον

Which brand are you usually using?
(per Baby's age)

All Answers | Sample : 1.000 mothers

	Brand	(25%) 3 months	(25%) 6 months	(25%) 9 months	(25%) 12 months
1	Brand 1	36,0%	40,0%	46,0%	44,0%
2	Brand 2	37,2%	27,2%	13,6%	2,0%
3	Brand 3	10,0%	10,0%	12,0%	24,0%
4	Brand 4	4,0%	8,0%	12,0%	16,0%
5	Brand 5	3,2%	5,6%	7,2%	4,0%
6	Brand 6	4,0%	4,0%	4,0%	4,0%
7	Brand 7	4,0%	3,2%	2,8%	2,0%
8	Other	1,2%	1,2%	2,0%	1,6%
9	No use	0,4%	0,8%	0,4%	2,4%
	Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

MuwaVoice
dummy numbers

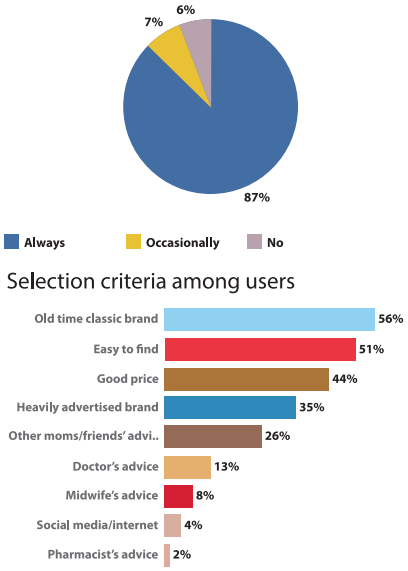
Mums Voice

Έχουμε αναπτύξει απόλυτη εξειδίκευση στην επικοινωνία των παιδικών προϊόντων, η οποία στηρίζεται στη διαχρονική εμπειρία από διαφορετικές αγορές και κουλτούρες

χρόνο, στις περισσότερες αγορές που βρισκόμαστε και τη μοιραζόμαστε με τους πελάτες μας στις ετήσιες ανασκοπήσεις. Επίσης, είναι διαθέσιμη στο e-shop της Mums Voice στο mumsvoice.com.

Σημείωση: Όλες οι έρευνες της Mums Voice (https://mumsvoice.com/) θα είναι διαθέσιμες και δωρεάν για τους αναγνώστες στους Marketing Week για δέκα ημέρες με τον κωδικό MWEEK.

3. **MnB:** Σε συνεργασία με την εταιρεία ερευνών QED έχει δημιουργηθεί ένα ειδικό προϊόν online έρευνας, το οποίο μετράει διαχρονικά τις τάσεις, τα μερίδια αγοράς και τα κανάλια αγορών.



ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΜΑΣ

Βασική αρχή για εμάς είναι να μην εφησυχαζόμαστε ποτέ. Παρακολουθώντας τις τάσεις της αγοράς, χτίζουμε προγράμματα που θα γίνουν χρήσιμα εργαλεία για τους πελάτες μας, απαντώντας στις ανάγκες τους.

Οι ευχαριστημένοι πελάτες μας είναι τα περισσότερα παιδικά διεθνή και τοπικά προϊόντα των αγορών που έχουμε παρουσία. **MW**

Ο στόχος μας είναι να εξασφαλίζουμε την ικανοποίηση και την ευχαρίστηση των πελατών μας, προσφέροντάς τους υψηλής ποιότητας προϊόντα και υπηρεσίες

ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΜΑΣ