

ΦΟΙΤΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

«Τα καλύτερα μας χρόνια είναι τώρα»



Η πλατφόρμα είναι εδώ για να διευκολύνει τη ζωή κάθε φοιτητή και παράλληλα να αυξήσει τις πωλήσεις των συνεργατών της. Όλες οι

παροχές επικεντρώνονται στους **φοιτητές**. Βέβαια, όπως κάθε επιχειρηματικό πλάνο αποσκοπεί στο κέρδος και στην επιτυχία ενός νέου brand. Επί της ουσίας, πρόκειται για μια ιστοσελίδα σύγκρισης τιμών προϊόντων συγκεκριμένων καταστημάτων της ελληνικής αγοράς.

Target Groups



Σε ποιους ακριβώς απευθύνονται οι προσφορές καθορίζεται και από τις συνεργαζόμενες εταιρείες και προσφορές.

- Φοιτητές – Σπουδαστές
- Μεταπτυχιακοί Φοιτητές
- Εταιρείες και καταστήματα που δίνουν τις εκάστοτε προσφορές

Επιλογή συνεργατών

Κάθε νέο εγχείρημα σαν και αυτό χρειάζεται μια επαρκή λίστα συνεργατών, ωστόσο είναι απαραίτητο οι «συνταξιδιώτες» να είναι επιλεγμένοι σωστά και με τα κατάλληλα κριτήρια. Στόχος είναι η ποιότητα συνεργατών και όχι –απαραίτητα- η ποσότητα. Έτσι, οι συνεργάτες πρέπει να αποπνέουν αξιοπιστία, ασφάλεια και εμπιστοσύνη που να συνάδει με τις αξίες του brand – πλατφόρμα. Οι συνεργάτες είναι εκείνοι που θα ενισχύσουν την αποτελεσματικότητα του site, και φυσικά προωθούν το ίδιο το brand.

Hash tags

#foititiki_zoi #foititis #eimai_foititis #prosfores #mpes_ki_esi #epofelisou
#mpes_kai_kerdise #vges_nikitis

Οι πυλώνες πάνω στις οποίες πρέπει να βασίζεται η πλατφόρμα

Ο κεντρικός άξονας γύρω από μια τέτοια πλατφόρμα είναι να συλλέγει και να διαθέτει όλα όσα μπορεί να αναζητήσει ένας φοιτητής. Ο χρήστης πρέπει να αντιλαμβάνεται ότι η πλατφόρμα μπορεί να του παρέχει εύκολα και γρήγορα αυτό που αναζητά. Μάλιστα, να του παρέχει τις καλύτερες δυνατές τιμές, μέσα από σύγκριση των συνεργαζόμενων καταστημάτων (σύγκριση προϊόντων-τιμών μεταξύ των καταστημάτων).

Επίσης, η πλατφόρμα, χρειάζεται να έχει κέντρο εξυπηρέτησης ώστε να μπορεί ο κάθε χρήστης να επιλύει τυχόν απορίες και τα συναφή (αμεσότητα και διαδραστικότητα).

Η πλατφόρμα πρέπει να «χτίσει» ένα δυνατό brand τόσο για να προσελκύσει αγοραστικό κοινό, όσο και νέους συνεργάτες. Το αυξημένο νούμερο συνεργατών – πάντοτε αξιόπιστων με στόχο την ποιότητα και όχι την ποσότητα - ενισχύει την αξιοπιστία του ίδιου του brand.

ΖΗΤΟΥΜΕΝΑ

Ποιοι είναι οι στόχοι μας

1. **Ισχυρό Brand** - Ένα δυνατό brand παίζει καθοριστικό ρόλο για την επιλογή του site από τον χρήστη.
2. **Οικονομικά προϊόντα** – Το «κλειδί» για κάθε αγορά όσο μεγάλη ή μικρή και αν είναι, είναι η εξοικονόμηση χρημάτων. Ο δυνητικός πελάτης πρέπει να βρίσκει αυτό που ψάχνει στις χαμηλότερες τιμές.
3. **Γκάμα Επιλογών** – Το site πρέπει να προσφέρει οτιδήποτε επιθυμεί ο χρήστης και μάλιστα, μέσα από τα καλύτερα καταστήματα του εκάστοτε κλάδου.
4. **Αξιοπιστία και ασφάλεια** – Το επίτευγμα αυτό βασίζεται στο να αναπτυχθεί μια σχέση εμπιστοσύνης και ο φοιτητής να ξέρει πως η πλατφόρμα μπορεί να του προσφέρει την αξιοπιστία και την ασφάλεια που χρειάζεται σε κάθε βήμα της διαδικασίας.
5. **Ευχρηστία – Λειτουργικότητα site** – Το site από μόνο του πρέπει να είναι user friendly και όχι αχανές, ώστε να μην «χάνεται» ο χρήστης. Εν έτει 2020, τα πιο επιτυχημένα sites πωλήσεων πέρα από ισχυρό brand, πρέπει να διαθέτουν και προσιτό site που να διευκολύνει τον χρήστη, να του τραβάει την προσοχή και να έχει να του προσφέρει κάτι.
6. **Πελατολόγιο** – Απόκτηση, Διεύρυνση και Διατήρηση πελατών. Στοχεύουμε σε μια διαρκή σχέση εμπιστοσύνης με τον χρήστη.

7. **User Experience** – Εξασφάλιση της καλύτερης δυνατής εμπειρίας για τον χρήστη. Παράλληλα, στόχος μας ο εκάστοτε χρήστης να αποκτά αίσθημα ικανοποίησης, πληρότητας και ευχαρίστησης τόσο κατά τη διαδικασία αναζήτησης προϊόντων όσο και μετά την ολοκλήρωση της αγοράς.

ΑΞΟΝΕΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

1ος Βασικός Άξονας: Στήριξη σε κάθε νέο ξεκίνημα – Ο φοιτητής πρέπει να γνωρίζει πως θα έχει την δέουσα βοήθεια – και οργάνωση – προκειμένου να στήσει εξ' ολοκλήρου το νέο του σπίτι. Μέσα από την πλατφόρμα να μπορεί να βρει όσα αναζητά έχοντας την καθοδήγηση που πιθανόν χρειάζεται.

2ος Βασικός Άξονας: Αντιστοιχία ποιότητας προϊόντων και τιμής – Στόχος μας ο πελάτης να γνωρίζει εξ αρχής πως επιλέγει μέσα από μια ποιοτική γκάμα προϊόντων. Κάθε προϊόν δεν «χάνει» λόγω της τιμής (value for money/σαφή προσδοκία για την ποιότητα των προϊόντων).

Βοηθητικοί Άξονες

1ος Βοηθητικός Άξονας: Ανθρωποκεντρική προσέγγιση. Η πλατφόρμα θέτει στο επίκεντρο τον άνθρωπο και ειδικότερα τον φοιτητή.

2ος Βοηθητικός Άξονας: Εξατομίκευση με βάση τις προτιμήσεις του χρήστη – Ο κάθε χρήστης αντιμετωπίζεται ξεχωριστά με κριτήριο τις ανάγκες και τις προτιμήσεις σου. Αναγνωρίζουμε τις ανάγκες του εκάστοτε καταναλωτή και του προτείνουμε εκείνα που ανταποκρίνονται στα «θέλω» του.

3ος Βοηθητικός Άξονας: Δημιουργία σχέσης εμπιστοσύνης και διαρκείας.

4ος Βοηθητικός Άξονας: Συμβουλευτική και καθοδήγηση στον χρήστη με στόχο την επίλυση αποριών και τη βοήθεια στην επιλογή και την ολοκλήρωση των αγορών του.

5ος Βοηθητικός Άξονας: Χρησιμότητα – Πέρα από το κομμάτι της πώλησης, ο χρήστης θα μπορείς να βρει χρήσιμα tips που πρέπει να έχει υπόψιν του κάθε φοιτητής και παράλληλα, να ενημερώνεται.

Οι παραπάνω άξονες επικοινωνίας θα εφαρμόζονται πρακτικά με τις παρακάτω κατηγορίες δημοσιεύσεων:

1. **Κατηγορία Brand:** Σκοπός η ανάδειξη των αξόνων επικοινωνίας
2. **Κατηγορία Προϊόν/Υπηρεσία:** Με την συγκεκριμένη κατηγορία τονίζουμε τα χαρακτηριστικά και πλεονεκτήματα των προϊόντων μας

3. **Κατηγορία Πληροφορίες:** Με αυτήν την κατηγορία επισημαίνουμε μια ιδιαίτερη πληροφορία που αφορά σε κάποιο προϊόν, υπηρεσία ή συγκεκριμένα προσφορά.
4. **Κατηγορία Bonding:** Αυτή η κατηγορία έχει ως στόχο την καλλιέργεια φιλικής σχέσης με το κοινό.

Ατάκες (προς τους φοιτητές)

- Κάθε νέα αρχή, θέλει και τα κατάλληλα όπλα (1)
- Μαζί προχωράμε στο αύριο (1)
- Ποτέ δεν θα είσαι μόνος στο πλευρό μας (1)
- Μαζί για να έχεις το σπίτι των ονείρων σου (1)
- Μαζί για μια φρέσκια και ολοκαίνουργια αρχή (1)
- Δίπλα σου για όσα θες και χρειάζεσαι – Δίπλα σου και για όσα δεν έχεις φανταστεί πως θες (1)
- Όσα θες ένα «κλικ» μακριά – Τόλμησε το! (2)
- Οι ανάγκες σου έχουν σημασία (2)
- Μπες και κέρδισε (2)
- Γρήγορα και με ποιότητα για σένα και μόνο (2)
- Η μεγαλύτερη γκάμα επιλογών στις καλύτερες τιμές (2)
- Επωφελήσου από τις καλύτερες φοιτητικές προσφορές της αγοράς (2)
- Ο νικητής είσαι εσύ (4)
- Τα καλύτερα μας χρόνια είναι τώρα (4)
- Η δύναμη μας είσαι εσύ (4)
- Όσα χρειάζεται ένας πραγματικός φοιτητής (4)



Προϊόντα

- Έπιπλα
- Μικροπράγματα και είδη σπιτιού
- Ηλεκτρικές συσκευές (κουζίνα, πλυντήριο, καφετιέρα κτλ)
- Τηλεφωνία & Internet (Σταθερή, Κινητή)
- Προϊόντα Τεχνολογίας (Smartphones, Laptops, PlayStation κτλ)
- Ένδυση – Υπόδηση
- Είδη δώρου
- Γυμναστήρια και γενικότερα σπορ (π.χ. τένις, ποδόσφαιρο)
- Χρώματα – Ανακαίνιση
- Προσφορές σε υπηρεσίες (όπως ηλεκτρικό ρεύμα)
- Τρόφιμα και είδη super market
- Καλλυντικά και είδη υγιεινής
- Ταξίδια (συνεργασίες με ταξιδιωτικά γραφεία, ξενοδοχεία κτλ)
- Σινεμά και διασκέδαση (π.χ. σινεμά, μουσεία)
- Μετακομίσεις
- Βιβλία (πανεπιστημιακά ή μη)
- Φοιτητικές προσφορές 1+1 σε προϊόντα καφέ ή φαγητού

Benefits

- Ολοκληρωμένα πακέτα επίπλωσης ενός φοιτητικού σπιτιού
- Συλλογή πόντων από τις αγορές μέσα από την πλατφόρμα και δυνατότητα εξαργύρωσης σε επόμενες αγορές

- Εξατομικευμένες προσφορές
- Θέαση αγαθών που ενδιαφέρουν περισσότερο τον χρήστη
- Προσφορές – Εκπτώσεις περιορισμένου χρόνου

Social Media



Σε μια εποχή που όλα κινούνται γύρω από τα social media, η απόλυτη πλατφόρμα για τον φοιτητή πρέπει να έχει ενεργή και ισχυρή παρουσία παντού (βλ. Facebook, Instagram κτλ).

Επιβάλλεται, να υπάρχει αλληλεπίδραση και ο χρήστης να μπορεί να ενημερωθεί για τις προσφορές και χωρίς να μπει στο site.

Επιπλέον, η αποστολή Newsletter/Sms για νέες προσφορές, προϊόντα, νέα συνεργαζόμενα καταστήματα κρίνεται απαραίτητη. Βέβαια, στα όρια του ανεκτού και ΟΧΙ spam που προκαλεί δυσφορία και ενόχληση στον δυνητικό πελάτη.

Site

ΓΙΑ ΤΟΝ ΧΡΗΣΤΗ

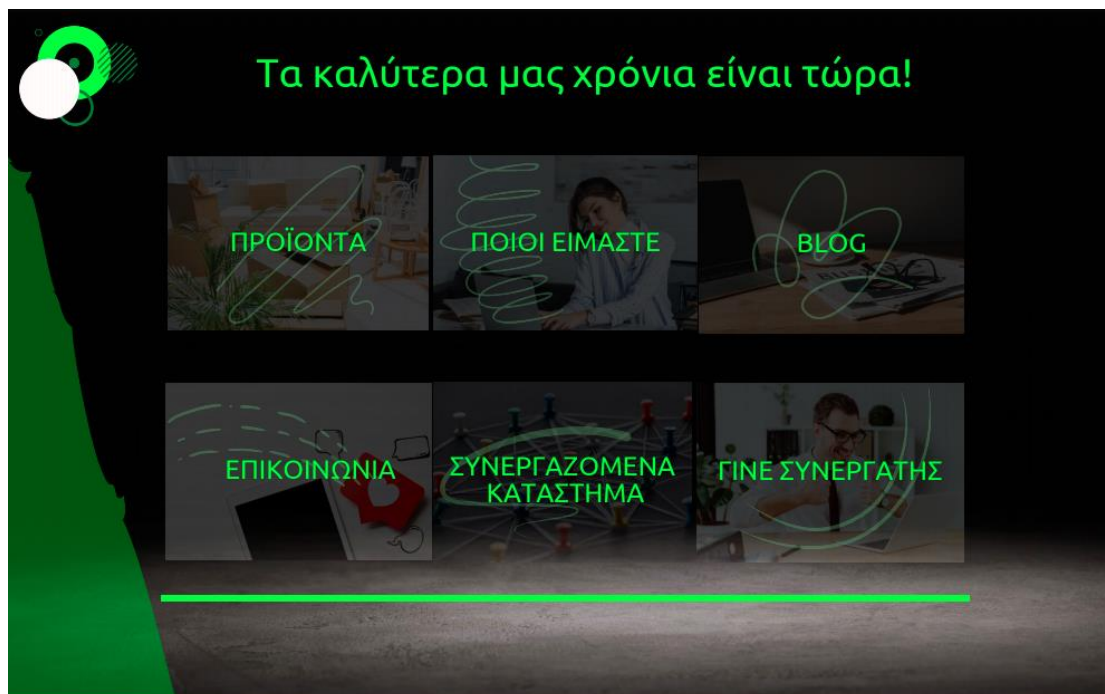
Είσοδος με δημιουργία λογαριασμού μέσω Email, Facebook & Instagram

Καρτέλα Πελάτη με πληροφορίες όπως: Στοιχεία, Πόντοι, Προηγούμενες Αγορές, Εξατομικευμένες Προτάσεις και Προσφορές, Αγαπημένα Προϊόντα)

ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Οι αγορές θα μπορούν να γίνονται είτε με ανακατεύθυνση στο e-shop του συνεργάτη, είτε με αγορά στην ίδια την πλατφόρμα (κυρίως αν δεν υπάρχει e-shop)

Design site



Χρώματα: Κεντρικό το **λαχανί** που είναι φρέσκο και νεανικό χρώμα. Επίσης, δυνατότητα εναλλαγής στο background λευκό και μαύρο (επιλογή του χρήστη).

Κεντρικό χρώμα το λαχανί και στο logo της πλατφόρμας.

Γραμματοσειρά: Σοβαρή αλλά playful παράλληλα, ώστε να είναι προσιτό στην ανάγνωση και την περιήγηση (π.χ. Calibri, Century Gothic, Tahoma)

Δημιουργία ενός οικείου και φιλικού περιβάλλοντος μεν, αλλά παράλληλα επαγγελματικού.

ΣΤΗΣΙΜΟ

ΚΑΡΤΕΛΕΣ (ΓΕΝΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΡΧΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ)

 **ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΠΡΟΟΙΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΟΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ**

ΕΠΙΠΛΑ

→ **ΧΩΛ** (ΕΠΙΠΛΑ ΕΙΣΟΔΟΥ, ΠΑΠΟΥΤΣΟΘΗΚΕΣ, ΚΑΛΟΓΕΡΟΙ, ΚΡΕΜΑΣΤΕΣ)

→ **ΣΑΛΟΝΙ & ΤΡΑΠΕΖΑΡΙΑ** (ΚΑΝΑΠΕΔΕΣ, ΠΟΛΥΘΡΟΝΕΣ, ΤΡΑΠΕΖΙΑ ΣΑΛΟΝΙΟΥ, ΕΠΙΠΛΑ ΤΗΛΕΟΡΑΣΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΘΕΤΑ, ΤΡΑΠΕΖΙΑ, ΚΑΡΕΚΛΕΣ)

→**ΥΠΝΟΔΩΜΑΤΙΟ** (ΚΡΕΒΑΤΙΑ,ΚΟΜΟΔΙΝΟ,ΓΡΑΦΕΙΑ ΚΑΙ ΚΑΡΕΚΛΕΣ, ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ,ΛΟΙΠΑ ΕΠΙΠΛΑ)

→**ΚΟΥΖΙΝΑ** (ΤΡΑΠΕΖΙΑ,ΚΑΡΕΚΛΕΣ,ΒΟΗΘΗΤΙΚΑ ΕΠΙΠΛΑ)

→**ΜΠΑΝΙΟ** (ΕΠΙΠΛΑ ΜΠΑΝΙΟΥ,ΚΑΘΡΕΠΤΕΣ ΜΠΑΝΙΟΥ,ΕΞΑΡΤΗΜΑΤΑ)

ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΛΛΑ ΕΙΔΗ ΣΠΙΤΙΟΥ (ΚΑΔΡΑ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΕΣ, ΦΩΤΙΣΤΙΚΑ, ΚΑΘΡΕΠΤΕΣ, ΡΟΛΟΓΙΑ, ΜΑΞΙΛΑΡΙΑ, ΣΕΝΤΟΝΙΑ, ΠΕΤΣΕΤΕΣ)

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ

→**ΤΗΛΕΟΡΑΣΕΙΣ** (φίλτρα αναζήτησης: εταιρεία, ίντσες)→**ΚΙΝΗΤΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ** (φίλτρα αναζήτησης: εταιρεία, διαστάσεις, κάμερα, λειτουργικό, χωρητικότητα)→**Η/Υ & LAPTOPS** (φίλτρα αναζήτησης: εταιρεία, τεχνικά χαρακτηριστικά)→**TABLETS** (φίλτρα αναζήτησης: εταιρεία, τεχνικά χαρακτηριστικά)→**SMARTWATCHES**→ **ΛΟΙΠΑ ΕΞΑΡΤΗΜΑΤΑ** (ΠΟΝΤΙΚΙΑ ΚΑΙ ΠΛΗΚΤΡΟΛΟΓΙΑ,ΚΑΛΩΔΙΑ,ΦΟΡΤΙΣΤΕΣ)

ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΕΙΔΗ

→ΨΥΓΕΙΑ→ΠΛΥΝΤΗΡΙΑ→ΚΟΥΖΙΝΕΣ→ΚΑΦΕΤΙΕΡΕΣ→ΘΕΡΜΑΝΣΗ & ΑΦΥΓΡΑΝΤΗΡΕΣ→ΛΟΙΠΕΣ ΟΙΚΕΙΑΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ

ΕΙΔΗ ΔΩΡΟΥ (χωρίς υποκατηγορίες)

ΤΗΛΕΦΩΝΙΑ & INTERNET

→ΦΟΙΤΗΤΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΑΝΑ ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ

ΑΘΛΗΣΗ

→ΕΙΔΗ ΑΘΛΗΣΗΣ→ΓΥΜΝΑΣΤΗΡΙΑ→ΟΜΑΔΙΚΑ ΑΘΛΗΜΑΤΑ→ΕΥΕΞΙΑ

ΑΝΑΚΑΙΝΙΣΗ

→ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ→ΥΛΙΚΑ

ΜΟΔΑ

→ΕΝΔΥΣΗ & ΥΠΟΔΗΣΗ: ΑΝΔΡΙΚΑ/ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ: (κατηγορίες) ΜΠΛΟΥΖΕΣ, ΠΟΥΚΑΜΙΣΑ, ΠΑΝΟΦΟΡΙΑ, ΦΟΥΣΤΕΣ, ΦΟΡΕΜΑΤΑ, ΠΑΠΟΥΤΣΙΑ, ΑΞΕΣΟΥΑΡ

ΤΑΞΙΔΙΑ

→ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ→ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ→ΔΙΑΜΟΝΗ

ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ







→ΣΙΝΕΜΑ→ΘΕΑΤΡΟ→ΣΥΝΑΥΛΙΕΣ→ΜΟΥΣΕΙΑ→ΕΞΟΔΟΣ

ΥΓΕΙΑ & ΟΜΟΡΦΙΑ →ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΑ→ΕΙΔΗ ΥΓΙΕΙΝΗΣ

1+1

ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΜΕ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

BIBΛΙΑ (Ακαδημαϊκά και μη)

-  **ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ** (ή ένα graphic στην αρχική σελίδα «OFFERS», το οποίο θα είναι και πιο διαδραστικό)
-  **BLOG – ΑΡΘΡΑ – ΟΔΗΓΟΙ ΑΓΟΡΑΣ**
-  **ABOUT US – Η ΟΜΑΔΑ ΜΑΣ**
-  **ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ**
-  **ΓΙΝΕ ΣΥΕΡΓΑΤΗΣ**
-  **ΕΠΙΚΟΝΩΝΙΑ** (ΦΟΡΜΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ, EMAIL, ΤΗΛΕΦΩΝΑ, SOCIAL MEDIA)

ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ

Στόχος είναι η πλατφόρμα να εξυπηρετεί αγορές σε ολόκληρη τη χώρα. Ωστόσο, αρχικά, για πρακτικούς λόγους (και με βάση τα συνεργαζόμενα καταστήματα) η πλατφόρμα θα εξυπηρετεί μεγάλα αστικά κέντρα τα οποία συγκεντρώνουν τους περισσότερους φοιτητές, όπως η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη, ο Βόλος, η Πάτρα, τα Γιάννενα, η Αλεξανδρούπολη.

ΓΕΝΙΚΑ ΦΙΛΤΡΑ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗΣ

- ✓ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ
- ✓ ΕΤΑΙΡΕΙΑ-ΜΑΡΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ
- ✓ ΤΙΜΗ (ΑΥΞΟΥΣΑ-ΦΘΙΝΟΥΣΑ, ΦΘΙΝΟΥΣΑ-ΑΥΞΟΥΣΑ, ΕΥΡΟΣ ΤΙΜΩΝ)
- ✓ ΑΝΑΖΗΤΗΣΗ ΑΝΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ

Λειτουργικό και εύκολο στη χρήση

Το βασικό για ένα τέτοιο site είναι το να είναι εύχρηστο και λειτουργικό. Να έχει ένα πλήρες μενού και τα προϊόντα να είναι διαχωρισμένο σε κατηγορίες σωστά. Ένα site δίχως σωστή οργάνωση και κατανομή των προϊόντων του χάνει πελάτες σε δευτερόλεπτα. Ο χρήστης θέλει να πραγματοποιήσει την αγορά του εύκολα και γρήγορα και όχι να χάνει το χρόνο του αλλάζοντας σελίδες δίχως νόημα.

App

Ιδανικά θα πρέπει να υπάρχει και app, καθώς, γενικότερα, πέρα από εύχρηστο, είναι και πιο ασφαλές –στο μυαλό– πολλών χρηστών και ειδικότερα των νέων ατόμων. Μάλιστα, κίνητρα στους χρήστες προκειμένου να «κατεβάσουν» το app.

Blog

Μέσα στο site θα ήταν χρήσιμο να υπήρχε και ένα blog με σωρεία – εμπορικών κατά βάση– κειμένων που να δίνει λύσεις, να καθοδηγεί το χρήστη, να τον παραπέμπει σε προϊόντα, αλλά και να τον ενημερώνει. Επίσης, μέσα από αυτό το section και με τη βοήθεια πιο ανάλαφρων κειμένων π.χ. tips προώθηση –δημιουργία επιθυμίας– συγκεκριμένων προϊόντων.

Φυσικά, πρόκειται για μια πλατφόρμα που στοχεύει στις πωλήσεις, ωστόσο, ο χρήστης, δηλαδή ο φοιτητής, πρέπει να το νιώθει σαν «safe space» όπου μπορεί να βρει ΟΤΙΔΗΠΟΤΕ χρειάζεται.



Events

Εφόσον το επιτρέψει η πανδημία

Μόλις στηθεί το site και βρεθούν οι πρώτοι συνεργάτες, τα get-to-know events χρειάζονται προκειμένου η πλατφόρμα να γίνει γνωστή στο κοινό και offline. Επομένως, τι καλύτερο από ευχάριστα events με κοινό τους ίδιους τους φοιτητές;

Παράλληλα, μπορούν να «τρέξουν» και μεγάλες εκδηλώσεις (τύπου Helecho) όπου όχι μόνο θα επέλθει αναγνωρισιμότητα στο site, αλλά το κοινό θα έρθει άμεσα σε επαφή με τα προϊόντα που πωλούνται.