

## Θέλετε; Μπορούμε...

**Θέλω** ένα έντυπο company profile, τα τεχνικά χαρακτηριστικά του οποίου θα αντανakλούν την προσωπικότητα της εταιρείας μου.

**Θέλω** μια χάρτινη συσκευασία η οποία όχι μόνο θα προστατεύει το προϊόν μου, αλλά με δημιουργικό τρόπο θα επικοινωνεί και σημαντικά για την εταιρεία μου μηνύματα.

**Θέλω** ένα προωθητικό έντυπο για τις ανάγκες ενός νέου λανσαρίσματος, το οποίο θα τραβήξει την προσοχή του target group μου.

Όπως επιβεβαιώνουν και τα παραπάνω παραδείγματα, κάθε προϊόν έντυπης επικοινωνίας, το οποίο ζητά ένας marketer, έχει να πει και μια διαφορετική ιστορία, και καλύπτει μία ή περισσότερες ανάγκες.

Ως marketers, ωστόσο, και λόγω του ότι δεν έχουμε την τεχνική κατάρτιση, είναι απόλυτα φυσιολογικό το γεγονός ότι:

**Δεν γνωρίζουμε** λεπτομέρειες για τις φάσεις της διαδικασίας που ακολουθείται κατά την παραγωγή προϊόντων έντυπης επικοινωνίας.

**Δεν γνωρίζουμε** τις τεχνικές και παραγωγικές δυνατότητες που μπορούν να αξιοποιηθούν προκειμένου να επιτευχθεί σε κάθε περίπτωση ο στόχος που έχουμε θέσει.

**Δεν γνωρίζουμε** τα χρονικά περιθώρια που είναι απαραίτητα να δώσουμε στους προμηθευτές μας, προκειμένου να παραδοθεί εγκαίρως ένα σωστό ποιοτικά εκτυπωτικό προϊόν.

Θέλοντας λοιπόν να είμαστε πάντα προσανατολισμένοι στην εξεύρεση των καλύτερων λύσεων και τελικά στην κάλυψη των αναγκών του δικού μας τμήματος, χρειάζεται να «παίξουμε» σωστά το ρόλο μας: **το ρόλο του συνειδητοποιημένου πελάτη**, ο οποίος γνωρίζει και μπορεί να μεταφέρει σωστά και ξεκάθαρα στους συνεργάτες του τις ανάγκες του.

Από την άλλη, και ο εκάστοτε συνεργάτης –και στη συγκεκριμένη περίπτωση ο προμηθευτής από το χώρο των εκτυπώσεων– χρειάζεται να «παίξει» σωστά το δικό του ρόλο: **το ρόλο του επίσης συνειδητοποιημένου και τεχνικά καταρτισμένου προμηθευτή**, ο οποίος μπορεί να δώσει λύσεις και να κάνει προτάσεις για το κάθε ζητούμενο, με στόχο να βρεθεί πάντα η καλύτερη –σε επίπεδο κόστους-οφέλους– δυνατή λύση.

Παίζοντας σωστά τους παραπάνω ρόλους και έχοντας μια αποτελεσματική αμφίδρομη επικοινωνία, είναι βέβαιο ότι θα αναπτυχθεί και μια win-win συνεργασία, με ό,τι αυτή η έννοια συνεπάγεται.

Εύη Σταυροπούλου  
Υπεύθυνη Τμήματος Marketing