**Avidly uudistaa Hansakorttelin brändiä**

*Turun sydämessä sijaitseva Hansakortteli on valinnut Avidlyn strategiseksi brändikumppanikseen. Avidly vastaa Hansakorttelin brändin ja markkinointikonseptin uudistamisesta, uudistuneen Hansakorttelin lanseerauksesta sekä mediasuunnittelusta.*

Hansakorttelissa on käynnissä kauppakeskuksen historian mittavin remontti. Suurin osa töistä valmistuu loppuvuoteen 2019 mennessä. Uusien tilojen ja elämysten lisäksi Hansakortteli on päättänyt uudistaa myös markkinointiaan ja brändiään. Kehittämistyöhön valittiin kilpailutuksen kautta markkinointitoimisto Avidlyn Turun toimisto, joka hyödyntää paikallisten osaajien lisäksi myös kansainvälisiä osaajiaan markkinoinnin suunnittelussa.

”Luovassa tiimissämme on kaupunkilaisia, maalla asuvia, sinkkuja, dinkkuja, lapsiperheellisiä, urheilijoita, nautiskelijoita, kulttuuria rakastavia ja foodieita. Tärkeänä osana Hansakorttelille kehittämää konseptiamme on se, miten kohtaamme jokaisen Hansakorttelin asiakkaan yksilöllisellä tavalla”, Avidlyn Turun toimistoa johtava **Maria Flemmich** sanoo.

Hansakorttelin markkinointipäällikkö **Mirva Laaksonen** kertoo, että Avidlyssa vakuutti luovan ratkaisun lisäksi toimiston laaja-alainen osaaminen datan ja digitaalisuuden hyödyntämisestä.

”Pidimme Avidlyn ehdotuksessa erityisesti siitä, että he eivät näe teknologiaa vain asiakaskokemuksen tukena, vaan se tuodaan kaiken tekemisen ytimeen. Haluamme jatkossa uusien ratkaisujen avulla palvella asiakkaitamme ympäri vuorokauden. Tulevaisuudessa hyödynnämme aiempaa enemmän kohdennettua, asiakastietoon perustuvaa markkinointia, missä mobiili ja data ovat merkittävässä asemassa”, Laaksonen kertoo.

**Alueen ainoa aidosti urbaani toimija**

Flemmichin ja Laaksosen mukaan tulevaisuuden kauppakeskukset ovat kokemuksellisia kohtaamispaikkoja, joissa viihdytään, testataan ja opastetaan.

”Haluamme rakentaa Hansakorttelin brändistä rohkean. Hansakortteli on alueemme toimijoista ainoa, joka voi aidosti tarjota urbaanin kauppakeskuselämyksen”, Avidlyn Turun toimistoa johtava Maria Flemmich toteaa.

”Kuluttajatutkimuksemme ovat osoittaneet, että Hansakorttelilla on merkittävä asema varsinaissuomalaisten elämässä, mutta samalla he odottavat juuri heille räätälöityjä ratkaisuja. Uuden markkinointiviestinnän avulla haluamme huomioida eri asiakasryhmiämme yhä paremmin, tarjontaa ja kokemuksia myöden”, Laaksonen valaisee.

Hansakortteli aikoo satsata markkinoinnissaan yhä vahvemmin sosiaaliseen mediaan.

”Sosiaalisessa mediassa näkyvyys taataan nykyään esimerkiksi suunnittelemalla Instagram-kelpoisia tiloja”, Flemmich kertoo.

Hansakorttelin uudistunutta markkinointiviestintää päästään ensimmäisen kerran näkemään syksyllä alkavassa kampanjassa.

**Lisätiedot:**

Mirva Laaksonen, markkinointipäällikkö, Hansakortteli

p. 044 2869 791, s-posti: mirva.laaksonen@hansakortteli.fi

Maria Flemmich, Head of Operations, Avidly

p. 044 319 0037, s-posti: maria.flemmich@avidlyagency.com

**Turun Hansakortteli** on Suomen rakastetuin kauppakeskus (Helsingin Sanomat, 14.2.2016). Hansakorttelin myynti vuonna 2018 oli noin 220 miljoonaa euroa ja kävijämäärä noin 12 miljoonaa. Hansakorttelissa toimii yli 130 yritystä.

**Avidly** on Suomen monipuolisin luova markkinointitoimisto, joka toimii 16

paikkakunnalla neljässä maassa. Lähes 250 osaajan voimin Avidly synnyttää kasvun mahdollisuuksia, jotka vievät asiakkaita eteenpäin. Vahvasti tässä hetkessä eläen, katsotaan aina vähän kauemmas ja varmistetaan menestys myös huomenna.