

"COCA-COLA JOURNEY" VIE YRITYSSIVUSTOT UUELLE AIKAKAUDELLE

Monipuolista sisältöä tarjoava verkkojulkaisu korvaa Coca-Cola Companyn perinteisen yrityssivuston

Coca-Cola Company on luopunut konsernin perinteisestä www-sivustosta ja avannut sen tilalle Coca-Cola Journey-verkkojulkaisun, joka tuo täysin uudenlaisen näkökulman yritysverkkosivuston rooliin ja ylläpitämiseen. Coca-Cola Journey on enemmänkin laaja verkkojulkaisu kuin pelkkä yrityssivusto. Se johdattaa lukijat matkalle tutustumaan yhtiön toimintaan kertomalla yleisesti mielenkiintoisista ja tärkeistä aiheista sekä uutisoi yhtiöstä luovalla tavalla. Uusi Coca-Cola Journey -julkaisu antaa myös kuluttajille mahdollisuuden osallistua keskusteluun. Innovatiivinen ja vuorovaikutuksellinen sivusto on iso harppaus siinä, miten Coca-Cola hyödyntää digitaalisia mahdollisuuksia kertoessaan yhtiön liiketoiminnasta kuluttajille ympäri maailman.

Coca-Cola Journey (www.thecoca-colacompany.com) on laaja verkkojulkaisu, jonka tarkoituksena on paitsi kertoa yhtiön toiminnasta mielenkiintoisesti ja uudella tavalla, myös toimia kiinnostavana ja ajankohtaisena foorumina sivuston lukijoille. Lukijat voivat selata jatkuvasti päivittyvää sisältöä joko juttutyypin (tarinat, mielipiteet, brändit, videot ja blogit) tai aihealueiden mukaan (brändit, liiketoiminta, yhteisö, viihde, ympäristö, hyvinvointi, historia, innovaatiot ja urheilu). Maanantaina 12.11.2012 julkaistun sivuston ensimmäisessä numerossa on yli 70 artikkelia, joista etusivulle on nostettu Intian Coca-Colan kouluprojekti, yhtiön pääjohtaja Muhtar Kentin näkemyksiä innovaatioista sekä NASCAR-kuljettaja Danica Patrickin haastattelu. Coca-Cola Journeyssä on lisäksi oma keskustelufoorumi erilaisille Coca-Colaan liittyville aiheille.

– Coca-Cola Company vie verkkoviestinnän jälleen uudelle tasolle. Coca-Cola Journey on historiamme kunnianhimoisin digitaalinen projekti. Sitoudumme ja panostamme siihen, että julkaisussamme on laadukasta ja inspiroivaa sisältöä ihmisille ympäri maailman. Toivomme, että Coca-Cola Journeysta tulee paikka, missä ihmiset jakavat mielipiteitään ja keskustelevat kiinnostuksen kohteistaan sekä löytävät Coca-Colan perimmäisen olemuksen, jossa yhdistyvät laatubrändimme, työntekijämme, toimintamme sekä jatkuvasti kasvava sitouksemme saada aikaan sosiaalista hyvää, kertoo **Clyde Tuggle**, Coca-Cola -konsernin viestinnästä ja yhteiskuntasuhteista vastaava johtaja.

Coca-Cola Journey linkittyy sosiaalisessa mediassa myös yhtiön brändeihin, joilla on vahva edustus muun muassa Facebookissa, LinkedInissä, Twitterissä ja YouTubeissa. Coca-Cola Journey täydentää myös yhtiön syyskuussa avaamaa **Coca-Cola Unbottled** -yritysblogisivustoa (<http://coca-colablog.com>).

www.thecoca-colacompany.com

<http://www.facebook.com/cocacola>

<http://mobile.twitter.com/CocaColaCo>

<http://www.youtube.com/user/cocacola>

<http://www.linkedin.com/company/1694>

Lisätietoja:

Coca-Cola Suomi, viestintäpäällikkö Théa Natri, puh. 040 528 9777, tnatri@coca-cola.com

Viestintä ja kuvamateriaali:

PR- ja viestintätoimisto Promode Oy, puh. (09) 170 070, Eliisa Salminen, eliisa.salminen@promode.fi

The Coca-Cola Company on maailman suurin juomayhtiö, jonka yli 500 erilaista juomaa virkistävät kuluttajia ympäri maailman. Coca-Colan lisäksi yhtiö juomavalikoimaan kuuluu 12 muuta brändiä, joiden myynti on yli miljardi dollaria. Näitä ovat mm. Coca-Cola light, Fanta, Sprite, Coca-Cola Zero, Glacéau, Vitaminwater, Powerade, Minute Maid, Simply ja Georgia. Kansainvälisesti The Coca-Cola Company on johtava yhtiö hiilihapollisten juomien, mehujen ja mehujuomien sekä valmiiden tee- ja kahviuomien kategorioissa. Suomessa Coca-Cola-yhtiön juomien valmistuksesta, myynnistä ja jakelusta vastaa keravalainen Sinebrychoff ja brändeistä, kuluttajamarkkinoinnista ja -tutkimuksesta Sinebrychoffin tiloissa toimiva Coca-Cola Finland Oy.