



**microSTARS**

**Αγνή Παγούνη**

*Υπεύθυνη του Γραφείου microSTARS, Θεσσαλονίκη  
Κέντρο Επιχειρηματικής & Πολιτιστικής Ανάπτυξης (ΚΕΠΑ)  
[pagounia@microstars.gr](mailto:pagounia@microstars.gr)*



**Branding:**

από το χωράφι ...“επωνύμως” στο ράφι!





*Μια φορά και έναν καιρό...*

*brand* = όνομα – σύμβολο – εταιρική ταυτότητα

...σήμερα, ένα όνομα, ένα σύμβολο = *trademark*



...σήμερα, από μία κατηγορία ομοειδών *brands*, το *brand name* που κάνει τη διαφορά, κερδίζει!



....σήμερα, το *branding* εστιάζει στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνεται ένας καταναλωτής το προϊόν ή την υπηρεσία που του παρέχεται αλλά και στο συναίσθημα.



**Branding is the  
emotional response  
a business evokes  
in a customer.**



ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ



ΤΑΚΤΙΚΕΣ

Το Marketing ενισχύει / ωθεί / δημιουργεί στους καταναλωτές την επιθυμία για την αγορά ενός προϊόντος / υπηρεσίας.

Το Branding συνδέει τη σκέψη και τα συναισθήματα ενός καταναλωτή με ένα προϊόν/υπηρεσία.

**«αυτήν ξέρετε, αυτήν εμπιστεύεστε!»**





Η στρατηγική της διαφοροποίησης ίσως θα πρέπει να αποτελεί ένα βασικό μέλημα των επιχειρήσεων, το οποίο όμως ίσως φανεί χρονοβόρο στον επιχειρηματία.

Μέσω της **διαφοροποίησης** των προϊόντων της, η επιχείρηση προσπαθεί να **αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα**, αυξάνοντας την αντιληπτή αξία των προϊόντων / υπηρεσιών της, συγκριτικά με την αντιληπτή, από το εξωτερικό περιβάλλον αξία των προϊόντων / υπηρεσιών της.



## Όρισε το Brand σου

### Identify / Εντόπιση

- Ποιος είναι ο σκοπός της επιχείρησης;
- Τι πουλά η επιχείρηση;
- Σε τι υπερέχουν τα προϊόντα της επιχείρησης έναντι των ανταγωνιστών;

### Define / Όρισε

- Πόσο εύκολο είναι να γράψεις σε μία σύντομη πρόταση την ουσία, το “απόσταγμα” της επιχείρησής σου (βλέπε “Positioning Statement”);
- Κράτα την ουσία και αξιοποίησέ την σε μελλοντικές ενέργειες marketing και διαφήμισης, αφού πρώτα εντοπίσεις και ορίσεις σε ποιους πελάτες απευθύνεσαι

### Empower / Ενδυναμωσε

- Επικοινωνήσέ το στους συνεργάτες σου, Γνωστοποίησέ το στο κοινό, Φώναξέ το!!!
- Πώς; Αξιοποιώντας τα social media, direct advertising, προωθητικές ενέργειες.

### Assess / Αξιολόγησε

- Μερίμνησε για σχόλια συνεργατών, πελατών, προμηθευτών από τα οποία θα αξιολογήσεις, εάν η περιγραφή τους για το brand σου αντικατοπτρίζει την πραγματικότητα.





## Προσδιόρισε τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του Brand

Με τη βοήθεια άμεσων συνεργατών και δυνητικών πελατών, ίσως και πολύ έμπιστων φίλων, διαμορφώνουμε ένα check list με τα χαρακτηριστικά του brand, προσπαθώντας να δώσουμε απαντήσεις σε ερωτήματα όπως:

- Σε τι υπερτερεί το η επιχείρησή μου έναντι του ανταγωνισμού;
- Είναι ικανή, αποτελεσματική;
- Εμπεριέχει διαπροσωπικές σχέσεις με τους πελάτες;
- Μπορεί να διαχειριστεί μεγάλους όγκους παραγγελιών ή “περιαυτολογεί” ότι παραδίδει προϊόντα υψηλής ποιότητας – *sur mesure* - σε ένα πελάτη τη φορά;



Μέσα από αυτή τη διαδικασία, θα αναδυθούν μία σειρά από **λέξεις “κλειδιά”**, οι οποίες δύνανται να χρησιμοποιηθούν στο επικοινωνιακό και διαφημιστικό υλικό.

Αυτές οι λέξεις, από ειδήμονες του δημιουργικού, μεταφράζονται ως αξιοπρόσεκτα, **ελκυστικά λογότυπα, που συνήθως συμβαδίζουν με τις αξίες που διέπουν μία επιχείρηση.**

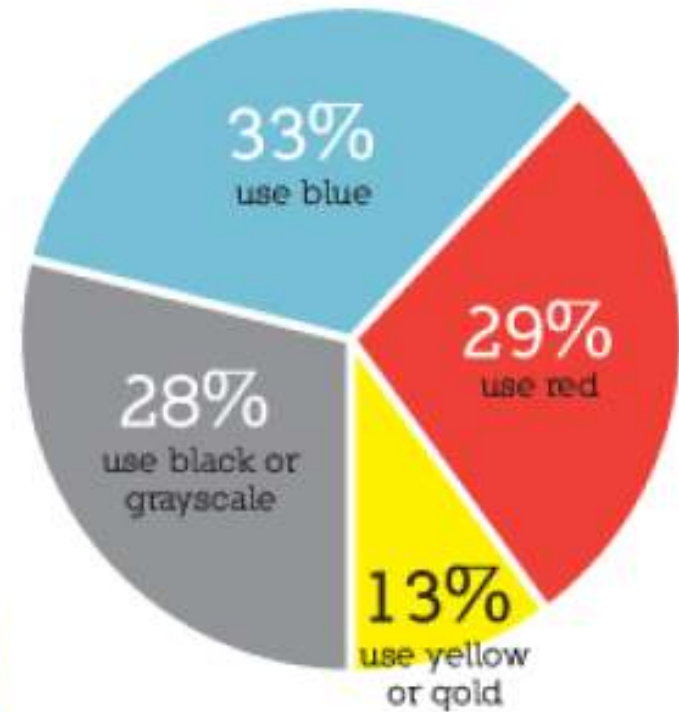
# Χρώματα..

*What* **COLOURS**  
do companies use most?

*Coca-Cola*



facebook.





95% USE ONLY ONE OR TWO COLORS

41% use text only



9% don't feature the company name at all



5% use more than two colors







## Το λογότυπο της εταιρείας

Ένα λογότυπο είναι ίσως το πιο σημαντικό στρατηγικό περιουσιακό στοιχείο μάρκετινγκ που μπορεί να έχει μια εταιρεία



**BRAND**

perceived emotional corporate image as a whole.



**IDENTITY**

visual aspects that form part of the overall brand.



**LOGO**

identifies a business in its simplest form via the use of a mark or icon.

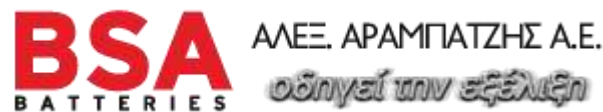
**Τι λέει το λογότυπο της δικής σας επιχείρησης;**



VLADIKAS  
WINERY DISTILERY



HEALTH  
PRODUCTS

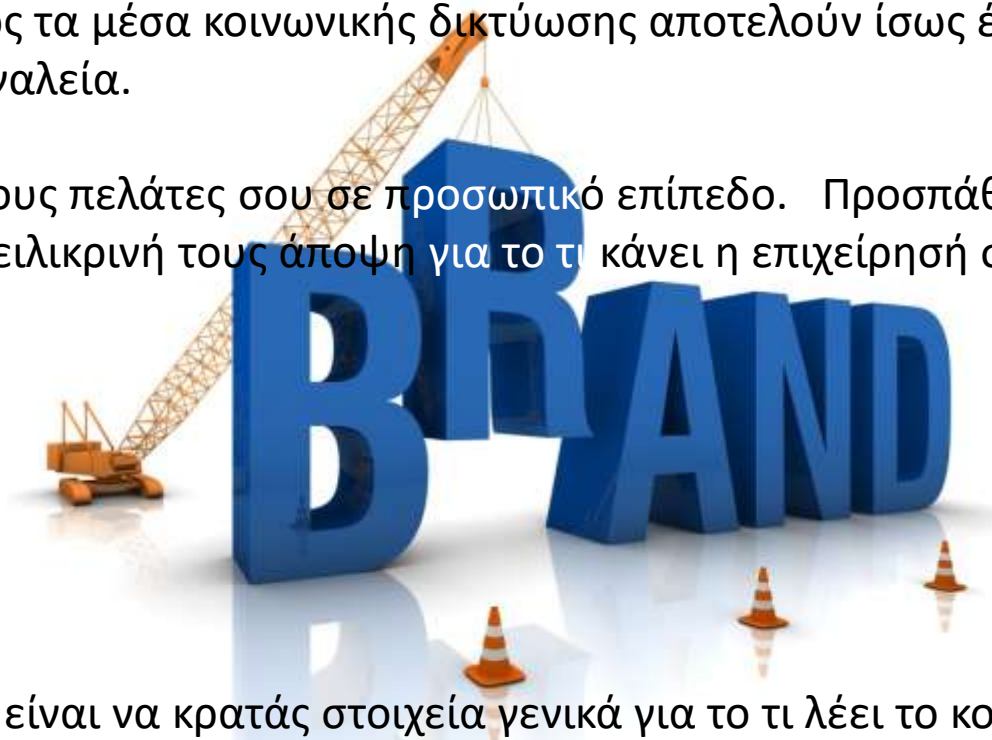




## Διαχειρίσου το Brand

Οι μεταβολές στις συνθήκες της αγοράς χρειάζεται να ληφθούν σοβαρά υπόψη όχι μόνο στη διαμόρφωση ενός brand αλλά καθ' όλη την διάρκεια ζωής του. Παλαιότερα, αυτό θα σήμαινε μία μεγάλη και δαπανηρή επένδυση σε έρευνες αγοράς, σήμερα όμως τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ίσως ένα από τα πιο αποδοτικά εργαλεία.

- ✓ “Δεσμεύσου” με τους πελάτες σου σε προσωπικό επίπεδο. Προσπάθησε να ανακαλύψεις την ειλικρινή τους άποψη για το τι κάνει η επιχείρησή σου.



- ✓ Σημαντικό επίσης, είναι να κρατάς στοιχεία γενικά για το τι λέει το κοινό για το brand σου ευρύτερα στο διαδίκτυο. Online εργαλεία όπως τα Google's Alerts παρέχουν σημαντική βοήθεια προς αυτή την κατεύθυνση.

# REBRANDING



BEFORE



AFTER

# REBRANDING





## Προστάτεψε το Brand σου

Συναντάται σε αρκετούς επιχειρηματίες να αντιδρούν σπασμωδικά σε αρνητικά σχόλια για το brand τους, προχωρώντας σε πολύ δραστικές αλλαγές στην εικόνα είτε του brand, είτε της επιχείρησής τους.

Κάτι τέτοιο όμως, συνήθως διακόπτει τη συνοχή ενός brand, το οποίο αφορά σε έναν ιδιαίτερα σημαντικό παράγοντα, ειδικά κατά τα πρώτα στάδια ζωής ενός προϊόντος, μίας επιχείρησης.

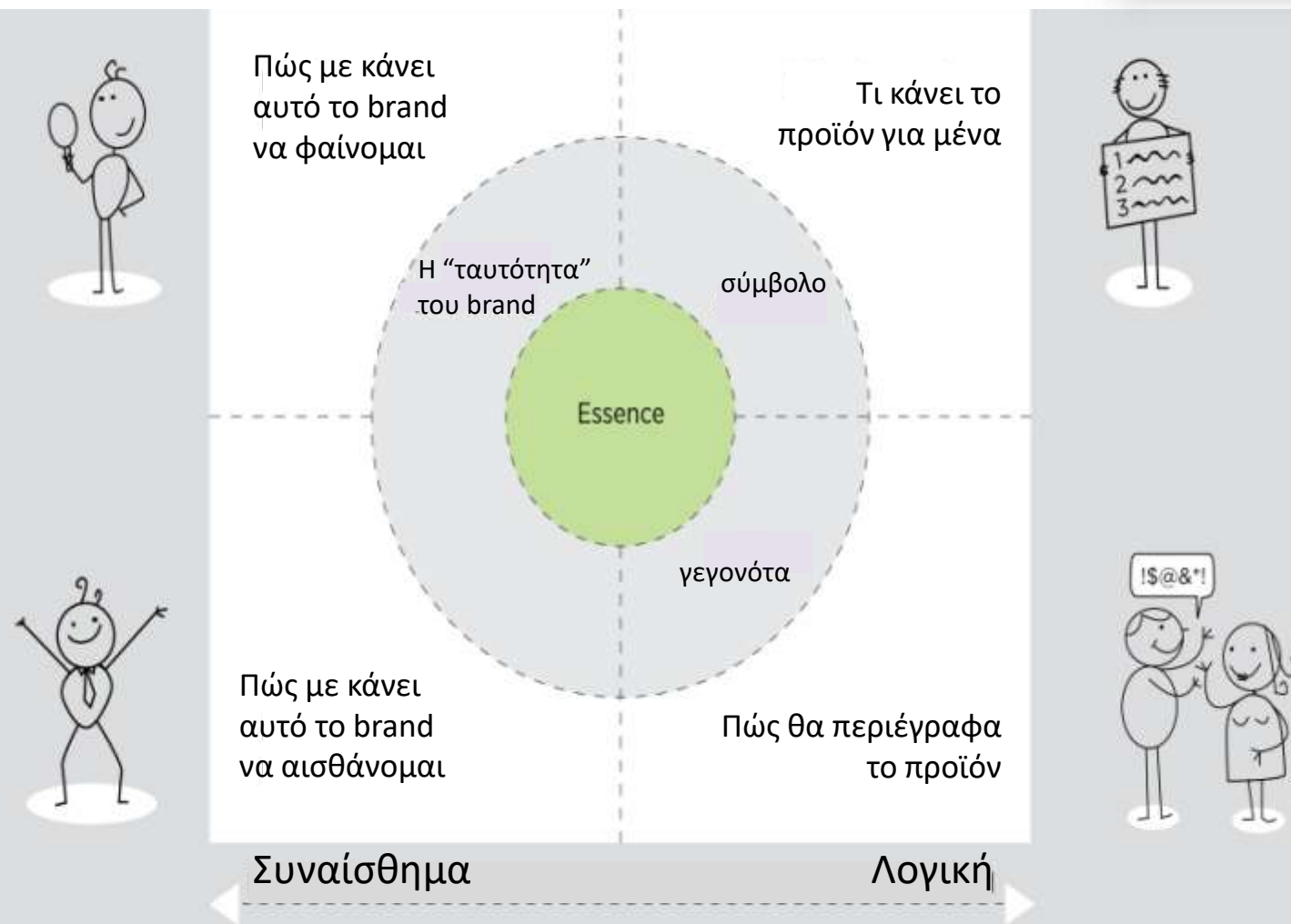
- ✓ *Επικεντρώσου στο μήνυμά σου*
- ✓ *Διατήρησε τη φωνή και το ύφος της επιχείρησής σου*
- ✓ *Μην επιτρέπεις σε τρίτους να ρίξουν στα βράχια τη στρατηγική σου*

Συνήθως, κάθε επιχείρηση έχει ένα brand σε αυτό το στάδιο. Το μεγαλύτερο λάθος που μπορεί να συμβεί, είναι να αφήσει το brand να κατευθύνει τη δουλειά.

**Μία επιτυχημένη επιχείρηση ελέγχει και διαφυλάσσει τη στρατηγική της.**

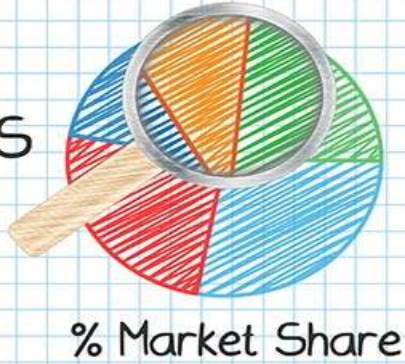




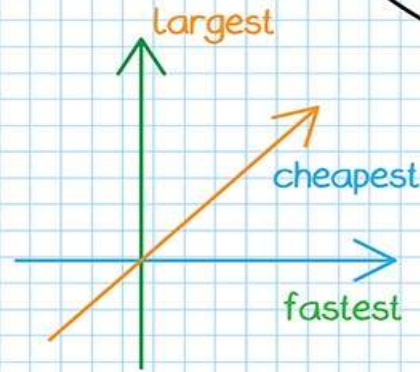


**Άσκηση:** Όρισε το Brand σου! Ποιος είναι ο ήχος του δικού σου brand?

Identify  
COMPETITORS  
in the  
MARKET



Where are they  
POSITIONED?



Decide on provider's  
POSITIONING  
relative to rivals

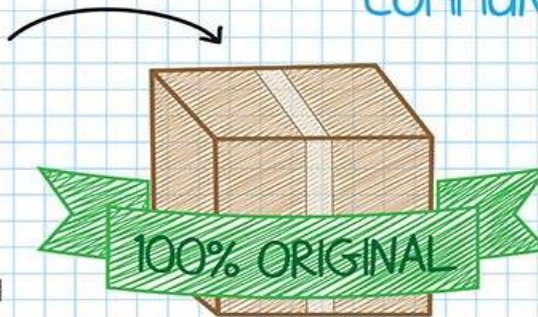
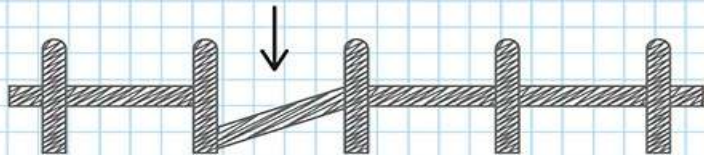
# BRAND



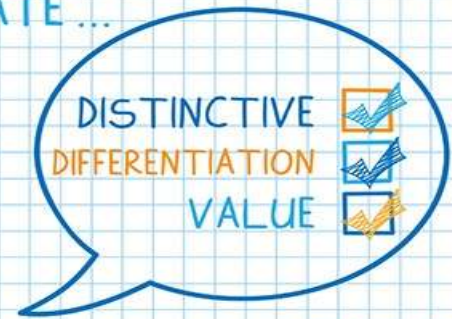
# POSITIONING

Look for  
MARKET  
GAPS

Develop a  
UNIQUE SELLING  
PROPOSITION



COMMUNICATE ...

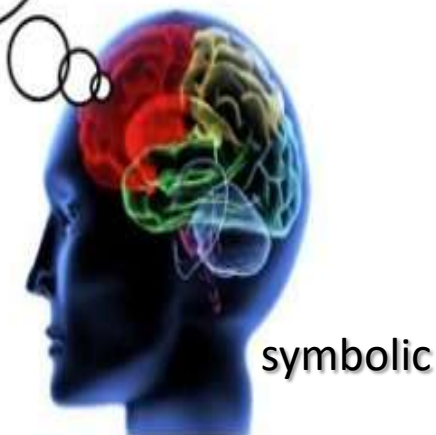


... to the CUSTOMER

# Τοποθέτηση ενός Brand...

## ...με βάση:

- ✓ τη σχέση τιμής - ποιότητας
- ✓ σε σχέση με τη χρήση του προϊόντος
- ✓ τον χρήστη του προϊόντος
- ✓ την κατηγορία προϊόντος
- ✓ τον ανταγωνισμό
- ✓ συγκεκριμένα χαρακτηριστικά
- ✓ συγκεκριμένα οφέλη
- ✓ με συνδυασμό των παραπάνω



# Τοποθέτηση ενός Brand... στο ΡΑΦΙ!

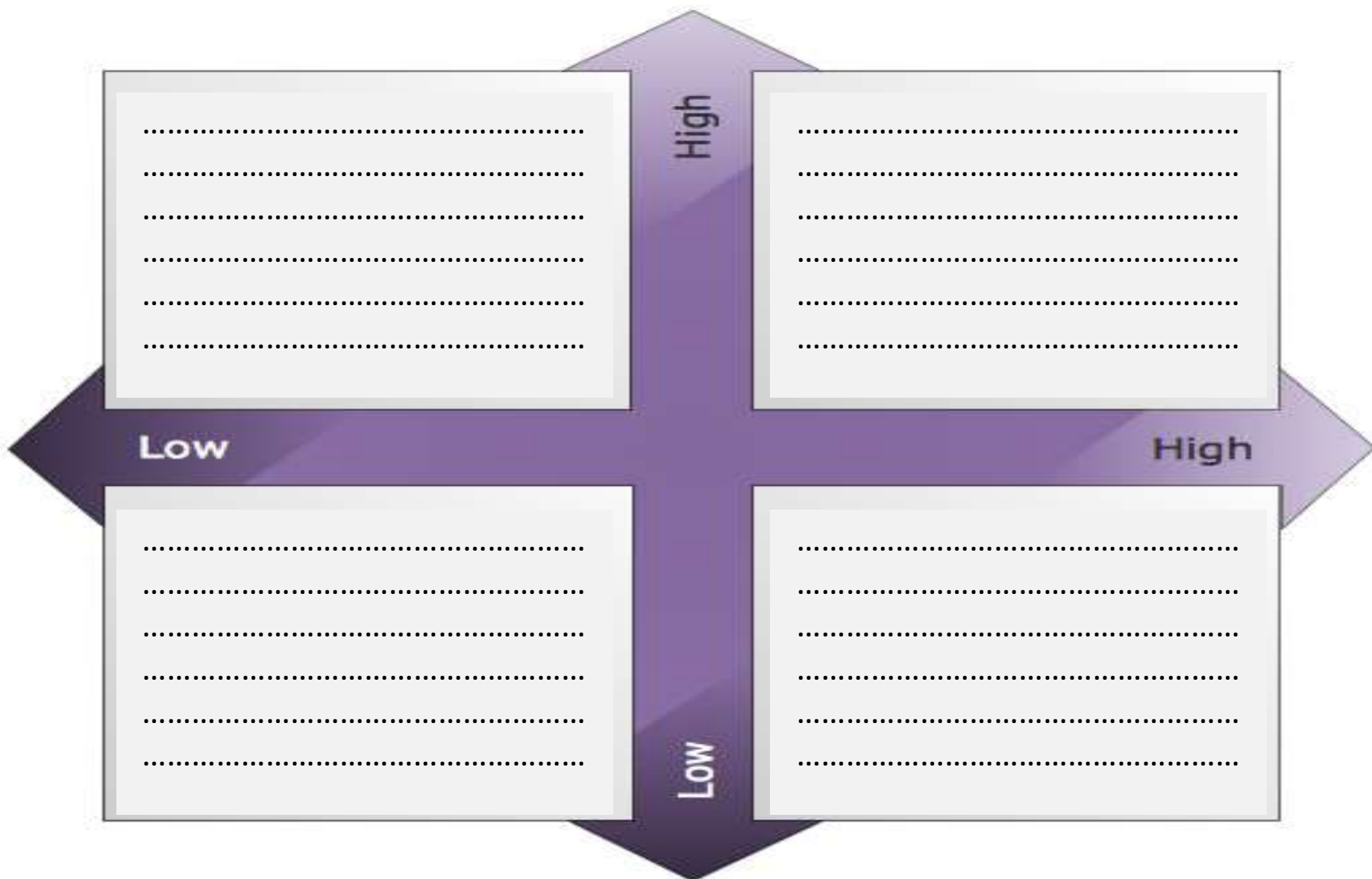


## Μία επιτυχημένη τοποθέτηση προϋποθέτει:



- Ορισμός του τι είναι η μάρκα (Defining Brand)
- Διαφοροποίηση της μάρκας από άλλες παρόμοιες μάρκες (Differentiating)
- Εμβάθυνση της σύνδεσης της μάρκας με τους στόχους του καταναλωτή (Deepening)
- Άμυνα της θέσης της επιχείρησης από ανταγωνιστικές αντιδράσεις (Defending)
- Μία σε βάθος μελέτη του ανταγωνισμού !!!!!

# Ανάλυση του δικού σου Brand σε σχέση με τον ανταγωνισμό





Σας Ευχαριστώ  
για την προβοχή σας!

...Μαζί μπορούμε να Ελπίζουμε...



**microSTARS**

[www.microstars.gr](http://www.microstars.gr)