



# Branding Πώς γίνεται;

από το Γιώργο Αναγνωστόπουλο

Παρουσίαση στο ΣΕΒ  
23 Νοεμβρίου 2023





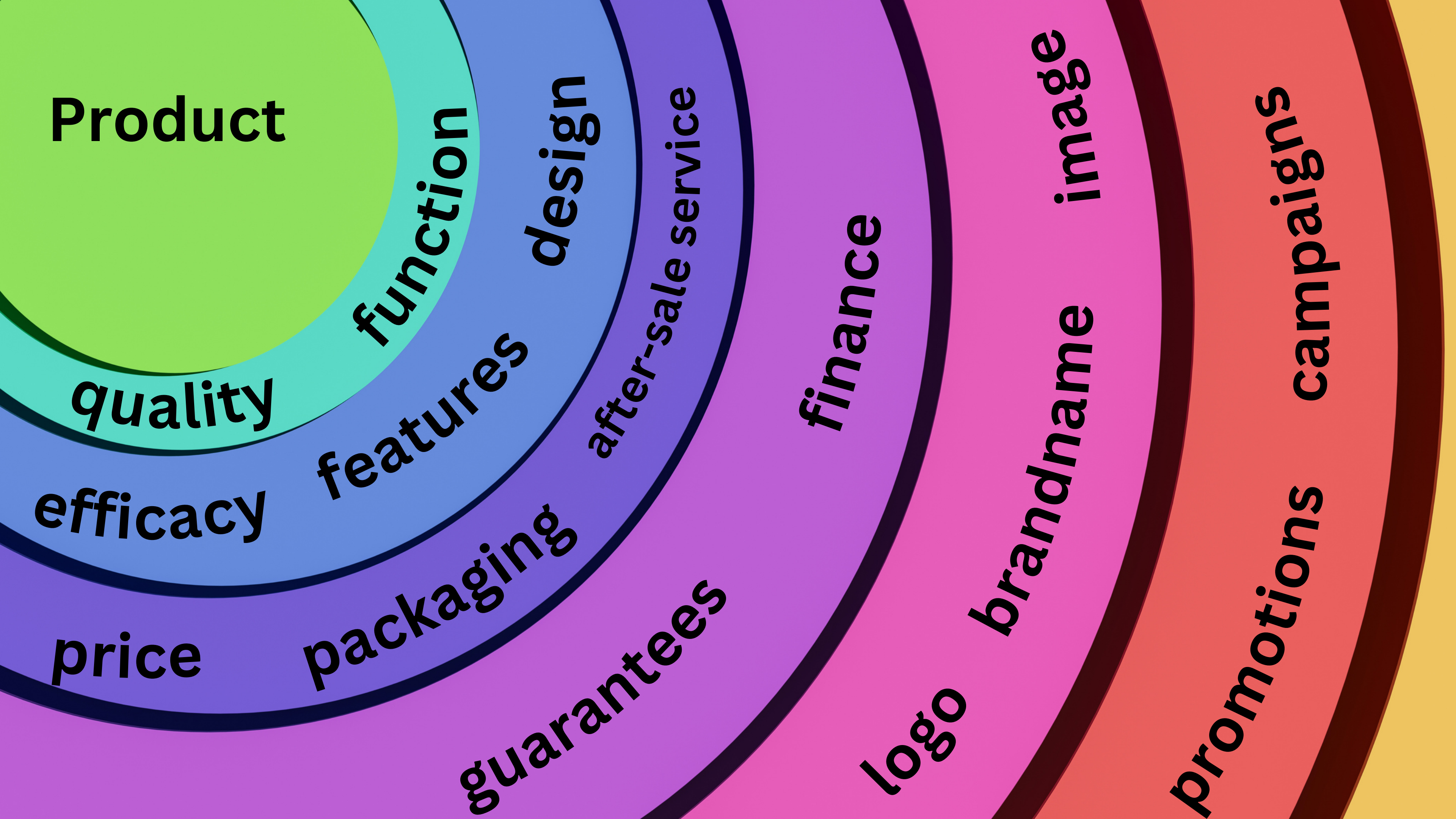
# Ποιος είμαι;

Ιδρυτής της Socialab, ενός digital-first agency, με πελάτες εδραιωμένα brands όπως Lidl, Hertz, Interamerican, Cosmote/Γερμανός, ΟΠΑΠ, αλλά και πολλά ανερχόμενα.

Η προϋπηρεσία του είναι σε παραγωγή περιεχομένου από το 1994, μετά στη digital διαφήμιση και σε επιχειρήσεις υπηρεσιών.

Σήμερα είναι στο Δ.Σ. 4 εταιρειών στους κλάδους Web, Tech & Media. Διδάσκει Digital Marketing στο ALBA.





**Product**

**quality**

**function**

**efficacy**

**features**

**design**

**price**

**packaging**

**after-sale service**

**guarantees**

**finance**

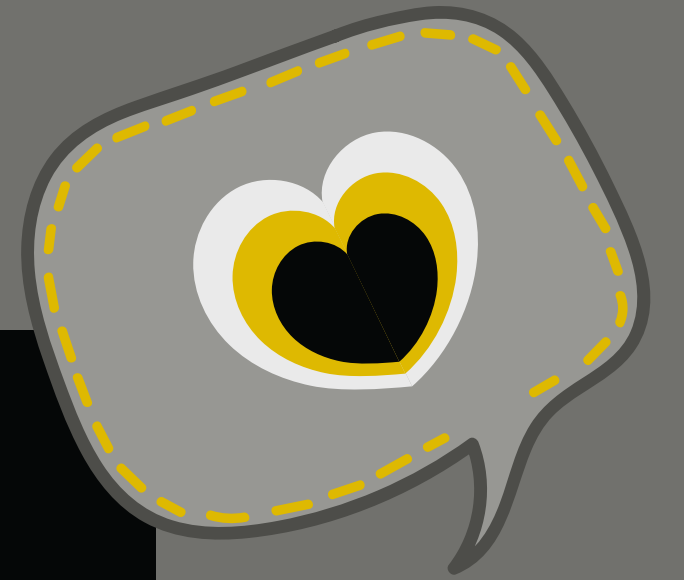
**logo**

**brandname**

**image**

**promotions**

**campaigns**



# Case Studies

**01**

Storytelling  
στη σοκολάτα

**02**

Διαφήμιση  
στο γάλα βρώμης

**03**

Storytelling  
στα σημειωματάρια

**04**

Ποιότητα  
στις παντόφλες





# Branding στα FMCG

Ταχυκίνητα καταναλωτικά αγαθά θεωρούνται όσα αγοράζονται συχνά από τους καταναλωτές, κοινώς όσα πωλούνται στα supermarkets.





## Σοκολάτα

Η ιστορία του πώς ένα ρεπορτάζ δημιούργησε μια σοκολάτα που έφτασε από μια επένδυση των €25 χιλιάδων να πουλάει €130 εκ. το χρόνο.



# Σοκολάτα

Η ιστορία του πώς ένα ρεπορτάζ δημιούργησε μια σοκολάτα που έφτασε από μια επένδυση των €25 χιλιάδων να πουλάει €130 εκ. το χρόνο.



Παιδική εργασία



Teun van de Keuken



Παράδοση



Κάλυψη



Διαφοροποίηση



Slogan





## Γάλα βρώμης

Πώς μια πατέντα έφτιαξε ένα μοναδικό προϊόν και μια από τις πιο πολυσυζητημένες καμπάνιες και έγινε αγαπημένο παιδί των marketers και μπήκε στο χρηματιστήριο.





# Γάλα βρώμης

Πώς μια πατέντα έφτιαξε ένα μοναδικό προϊόν και μια από τις πιο πολυσυζητημένες καμπάνιες και έγινε αγαπημένο παιδί των marketers και μπήκε στο χρηματιστήριο.



Ένζυμο υγροποίησης



Αρχικό κοινό: Vegans



Ανταγωνισμός από σόγια & αμύγδαλο



Καμπάνιες χωρίς σταθερό κοινό



Rebranding



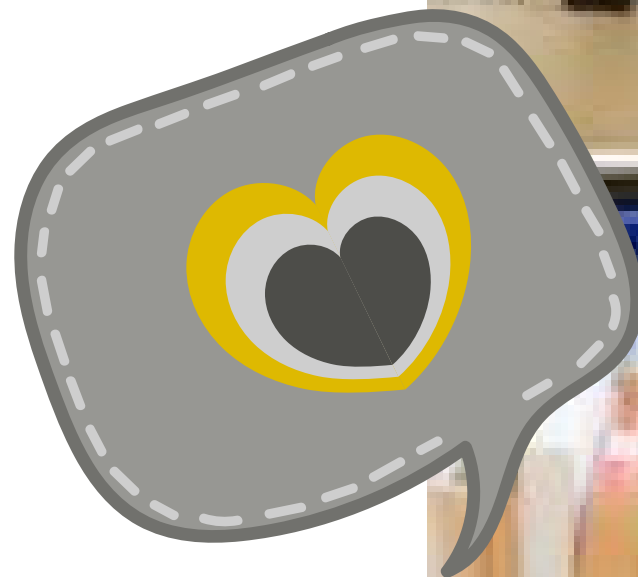
Επιτυχία





# Branding στα durable goods

Διαρκή αγαθά θεωρούνται όσα αγοράζονται λιγότερο συχνά, γιατί έχουν διάρκεια στη χρήση τους.

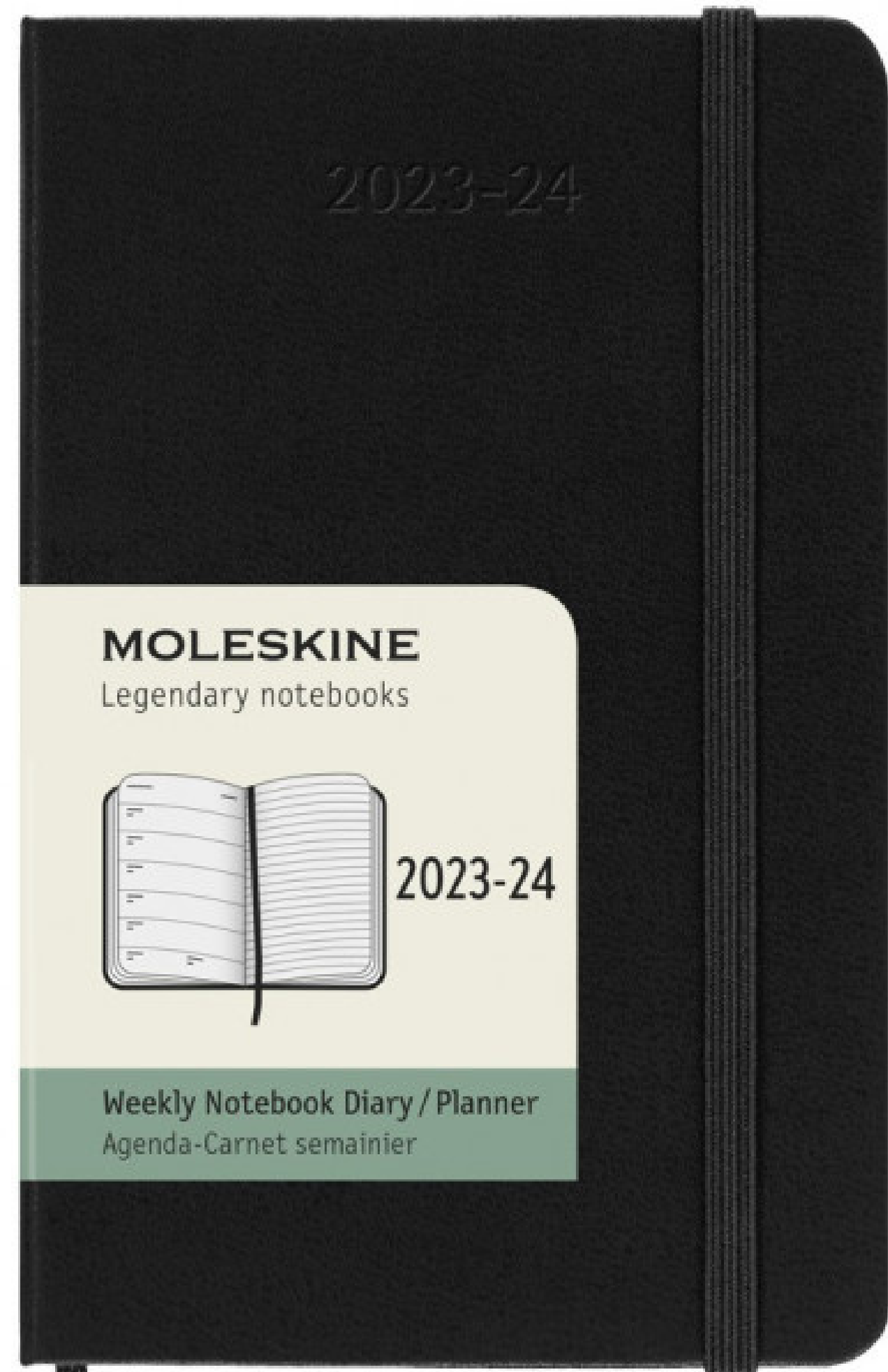




## Σημειωματάρια

Ξεκίνησαν στη Γαλλία, όπου χρησιμοποιήθηκαν από καλλιτέχνες γιατί είχαν χαμηλό κόστος, απλό σχεδιασμό και καλή ποιότητα χαρτιού.

Μετά τα ανέλαβε ιταλική εταιρεία και τα έχει κάνει premium product, δίνοντας έμφαση στην ιστορικότητά τους.



# Σημειωματάρια

Πώς κατάφερε η Moleskin να βγει σε σειρές, ταινίες και να χρησιμοποιείται από celebrities; [1, 2]



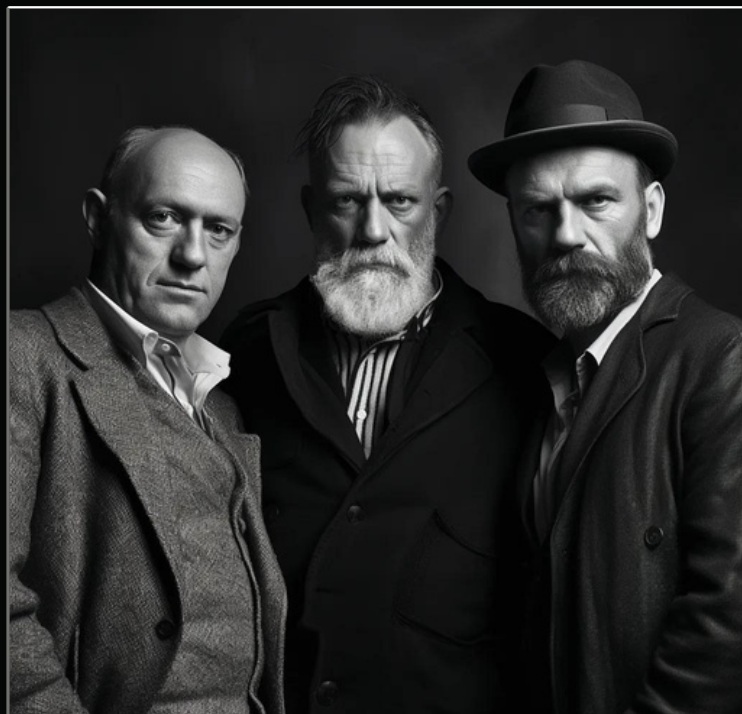
Καλλιτέχνες



Παρακμή



Μεταφορά στο Μιλάνο



Picasso, Van Gogh & Hemingway



Επέκταση κωδικών



Symbol





## Παντόφλες

Δανέζικη εταιρία που ξεκίνησε από το χόμπυ μιας μαμάς να φτιάξει παντόφλες από το μαλλί των προβάτων της.

Στην πορεία έφτιαξε τις πιο ζεστές και οικολογικές παντόφλες που έχουμε δει εδώ και καιρό.



glerups



# Παντόφλες

Δανέζικη εταιρία που ξεκίνησε από το χόμπυ μιας μαμάς να φτιάξει παντόφλες από το μαλλί των προβάτων της.

Στην πορεία έφτιαξε τις πιο ζεστές και οικολογικές παντόφλες που έχουμε δει εδώ και καιρό.



Χόμπυ της  
Nanny Glerup



Ίδρυση  
εταιρείας



Ποιότητα από χέρι  
στη μηχανή



Προϊόντα με μαλλί  
από άλλα πρόβατα

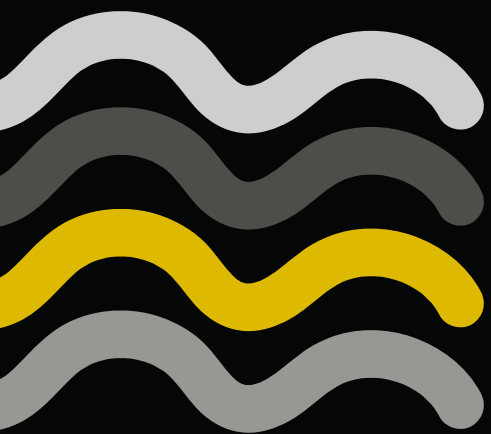


Βιωσιμότητα



Παγκόσμια  
επέκταση





# Ευχαριστώ

