

Στρατηγικές branding και οι τάσεις στο μάρκετινγκ

EXECUTIVE

Δευτέρα 26 Μαΐου 2008

Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ

ΓΙΑ ΠΕΤΥΧΗΜΕΝΕΣ στρατηγικές branding, αλλά και για τις νέες τάσεις στον χώρο του μάρκετινγκ, μίλησε ο διεθνούς φήμης «γκουρού του branding» Kevin Lane Keller, κατά τη διάρκεια σεμιναρίου στη Θεσσαλονίκη.

Την εκδήλωση διοργάνωσε το Executive Education Centre (EXED) του CITY College, του θυγατρικού ιδρύματος του Πανεπιστημίου του Sheffield, σε συνεργασία με το ερευνητικό κέντρο του CITY και του Πανεπιστημίου του Sheffield, Κέντρο Ερευνών Νοτιοανατολικής Ευρώπης (SEERC).

Στο επιχειρηματικό σεμινάριο, το οποίο είχε τίτλο «Strategic Brand Management: The New Brand Imperatives», ο καθηγητής Keller παρουσίασε τις τελευταίες θεωρίες και πρακτικές του branding, καθώς και τρόπους με τους οποίους οι επιχειρήσεις μπορούν να αυξήσουν τα κέρδη τους, σχεδιάζοντας, εφαρμόζοντας και αξιολογώντας στρατηγικά σχέδια branding για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.

Αναφερόμενος σε επιτυχημένα brands και το συστατικό της επιτυχίας, ο καθηγητής Keller τόνισε ότι «το πιο σημαντικό στοιχείο για την επιτυχία ενός brand είναι η διαφοροποίηση, αυτό δηλαδή που κάνει το brand ενός προϊόντος ή υπηρεσίας να ξεχωρίζει και να υπερέχει από τους ανταγωνιστές, να είναι μοναδικό. Τα πιο πετυχημένα brands της πα-

γκόσμιας αγοράς επιβεβαιώνουν κάτι κοινό: επικεντρώνονται στον καταναλωτή.» Είπε, επίσης, ότι «είναι σημαντικός ο τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις ανταποκρίνονται και προσαρμόζουν τις στρατηγικές μάρκετινγκ στις νέες τάσεις της σύγχρονης εποχής, όπως η παγκοσμιοποίηση, οι νέες τεχνολογίες, η κοινωνική εταιρική ευθύνη, τα νέα ΜΜΕ κλπ. Η τεχνολογία και το internet έχουν διευκολύνει αρκετά την επικοινωνία με τους καταναλωτές. Ωστόσο, ένας καλός διευθυντής μάρκετινγκ πρέπει να είναι κοντά στον καταναλωτή, να γνω-

“
ΤΟ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟ ΤΟΥ KEVIN KELLER ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΑΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΚΑΙ ΣΤΕΛΕΧΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΩΝ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΑΛΛΑ ΚΑΙ ΑΠΟ ΓΕΙΤΟΝΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ, ΟΠΩΣ Η ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΣΚΟΠΙΑ

ρίζει από κοντά τις καταναλωτικές του συνθήκες και τον τρόπο που ζει.»

Επιχειρώντας κάποιες προβλέψεις, ο κ. Keller εκτίμησε ότι «το μάρκετινγκ μέσω κινητής τηλεφωνίας έχει πολύ μέλλον και θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο, καθώς η κινητή τηλεφωνία συνεχίζει και εισχωρεί με διαφορετικούς τρόπους στη ζωή μας.»

Το σεμινάριο του Kevin Keller παρακολούθησαν επιχειρηματίες και στελέχη μάρκετινγκ μεγάλων εταιρειών και οργανισμών από την Ελλάδα, αλλά και από γειτονικές χώρες, όπως η Βουλγαρία και τα Σκόπια.

Στον ακαδημαϊκό χώρο, ο Dr. Keller είναι καθηγητής Μάρκετινγκ στο Tuck School of Business του Dartmouth College, ενώ συνοργώνει με το Philip Kotler τη 12η έκδοση του διάσημου best-seller «Marketing Management», το οποίο εκδόθηκε το Μάρτιο του 2005. Είναι επίσης παγκοσμίου γνωστός για την έρευνά του στη στρατηγική διοίκηση μάρκας (strategic brand management) και στη στρατηγική μάρκετινγκ (marketing strategy).



Ο διεθνούς φήμης «γκουρού του branding» Kevin Lane Keller (αριστερά) με το Γιώργο Ευσταθιάδη, διευθυντή του προγράμματος Executive MBA του CITY College

Παράλληλα, ο Kevin Keller συμμετέχει ενεργά στο χώρο των επιχειρήσεων, καθώς έχει υπηρετήσει ως σύμβουλος branding σε μερικές από τις μεγαλύτερες εταιρείες του κόσμου, όπως οι Accenture, American Express, Disney, Ford, Intel, Levi-Strauss, SAB Miller, Procter & Gamble και Starbucks.

Την εκδήλωση χαιρέτισε ο Γιώργος Ευσταθιάδης, διευθυντής του προγράμματος Executive MBA του CITY College.

[SID: 2940786]