

ΕΤΕΠ

Λάμπρος Γιαννούχος
Γενικός Δ/ντής

Η αξία του
branding στα
κεφαλαιουχικά
αγαθά

1.

Καταναλωτικά
αγαθά

Vs

Κεφαλαιουχικά
αγαθά

	Καταναλωτικά αγαθά	Κεφαλαιουχικά αγαθά
Ανταλλακτική αξία	Μικρή / καθόλου	Σημαντική
Αξία στο τέλος του κύκλου ζωής	Μικρή / καθόλου	Σημαντική
Απόφαση αγοράς	Εύκολη / ενστικτώδης	Δύσκολη / έρευνα
Συμπεριφορά αγοραστή	Κάλυψη ανάγκης	Επένδυση

2.

Branding
Κεφαλαιουχικών
αγαθών

Branding $\neq$ logo



2.

Branding
Κεφαλαιουχικών
αγαθών

Η εμπειρία ζωής
με το προϊόν



2.

Branding
Κεφαλαιουχικών
αγαθών

ΣΙΔΕΝΟΡ
ΣΙΔΗΡΟΚΑΤΕΡΓΑΣΙΑΣ Α.Ε.



HALCOR
HELLENIC COPPER INDUSTRY



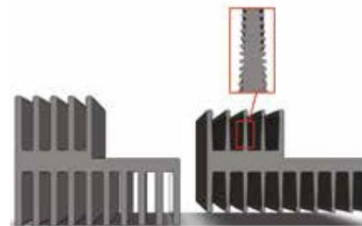
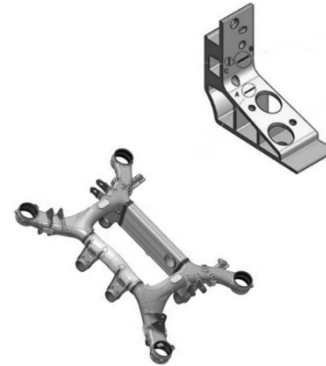
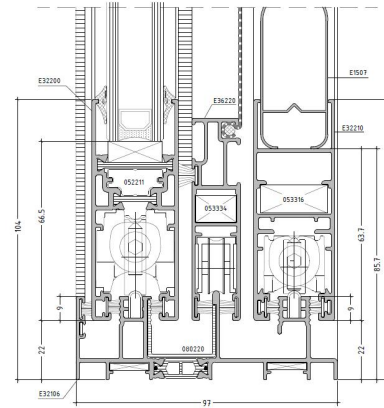
ETEM





ETEM

ETEM
Products



Aluminium Extrusions

1971

Foundation of
ETEM

1973

ETEM is awarded first high rise building in Athens (106 m)



1988

European acknowledgement – LA DEFENSE PROJECT” in Paris



1994

Listed in Athens stock exchange

2003

1st Automotive project with BMW



2007

ETEM innovates with Ventilated Façade Systems (VFS)



2004

International Expansion – subsidiary companies (Serbia, Ukraine, Romania, Albania)

2010

Implementation of the bespoke E99 façade for the highest office building in the Balkans – Capital Fort, Sofia



2013

- Crash relevant profiles certification for the automotive industry.
- ETEM is awarded new contracts for developing projects with major automotive OEMs (Daimler, Jaguar, Land Rover, BMW etc.)
- ETEM supplies the first Machined parts to BMW

2014

Implementation of the 5Y Investment plan of EUR 30 mil. Main production facility transferred to Bulgaria with a strong commitment & focus on automotive and added value products



2017

ETEM acquires the first projects for Electric cars (Battery trays) and Crash Management Systems (Bumpers)



1973

ETEM is awarded first high rise building in Athens (106 m)

**2003**

1st Automotive project with BMW

**2010**

Implementation of the bespoke E99 façade for the highest office building in the Balkans – Capital Fort, Sofia

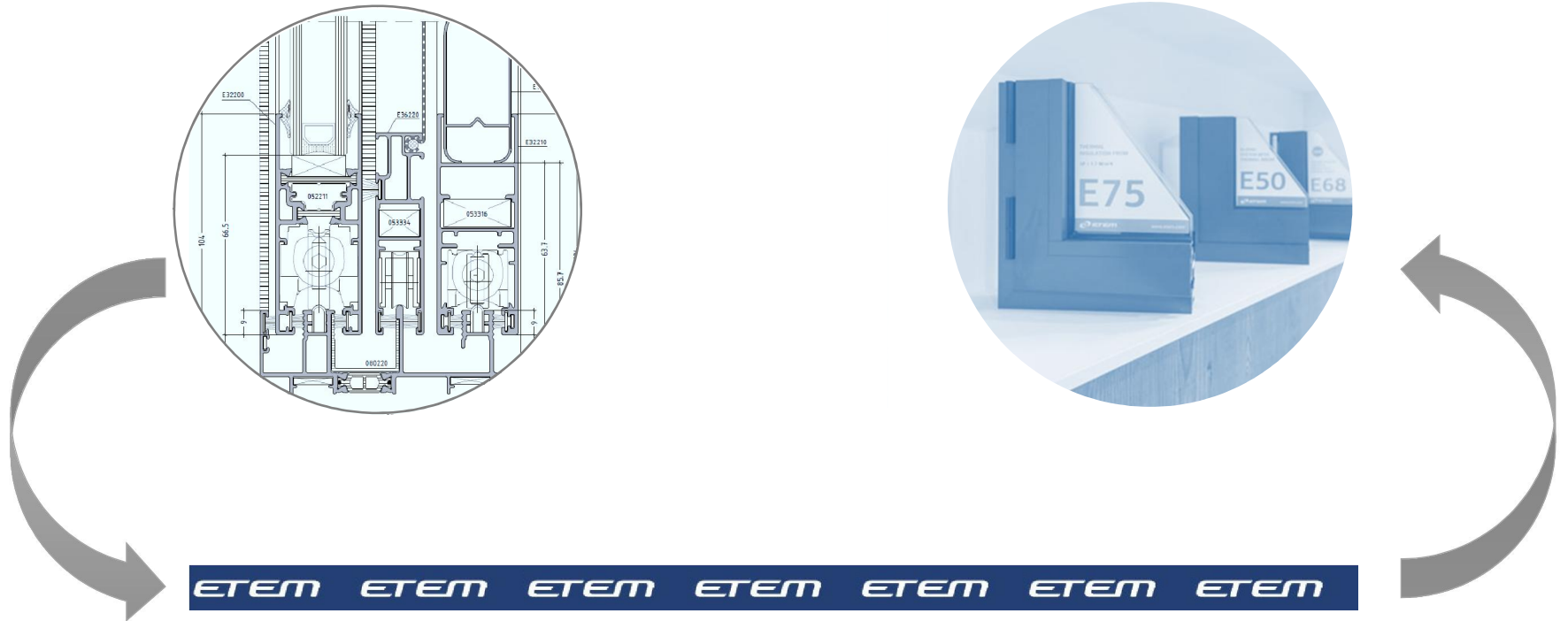
**2017**

ETEM acquires the first projects for Electric cars (Battery trays) and Crash Management Systems (Bumpers)



4.

Προκλήσεις



Η αξία του Branding των κεφαλαιουχικών αγαθών σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα



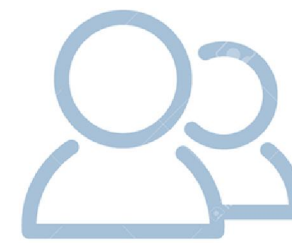
Παραγωγή



Εμπορία



Μεταποίηση

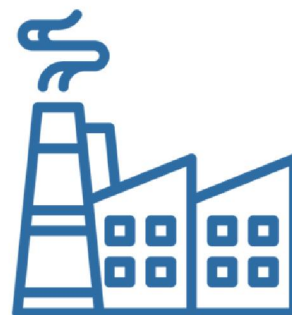


Κατανάλωση





Εμπορία



Παραγωγή

Γνώση όλων των διαθέσιμων brands

Όροι ένταξης στο δίκτυο διάθεσης

Αναγνωρίσιμα Brands

After sales support

Market Positioning

Στρατηγικές επέκτασης & πολιτική διάθεσης

Brand awareness

Ενίσχυση πολιτικής



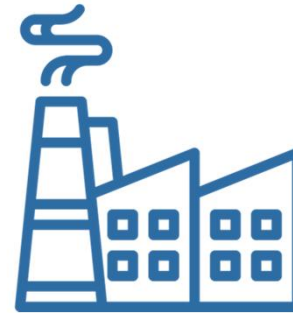
Μεταποίηση

Το Brand καθορίζει το value for money

Αξία στο τελικό προϊόν

Επιδόσεις βάσει προδιαγραφών

Νομική συμμόρφωση



Παραγωγή

Διασφάλιση ποιότητας & εξυπηρέτησης

Μεταβίβαση αξίας του Brand στη μεταποίηση

Διασφάλιση μέσω τεκμηρίωσης

Προσαρμογή σχεδιασμού & παραγωγής του προϊόντος



Κατανάλωση

Brand awareness

Ικανοποίηση / κάλυψη ανάγκης

Προέλευση

Διαμόρφωση δομής εξυπηρέτησής του

Επιλογή & χρήση προϊόντος

Επικοινωνία εμπειρίας



Παραγωγή

Στοχευμένη διαφήμιση & προβολή προϊόντος

Σχεδιασμός του κατάλληλου προϊόντος

Οργάνωση περιοχών παραγωγής

Υποστήριξη Δικτύων διάθεσης

Επένδυση σε νέα προϊόντα

Αξιοποίηση πληροφορίας

5.

Στρατηγική
υιοθέτηση
βέλτιστων
πρακτικών



Ποιότητα κατασκευής, Τεχνογνωσία



Καινοτομία, Τεχνολογία



Design



?

6.

Η πρόκληση της
αξίας σε μια
παγκόσμια αγορά



Διαφοροποίηση βάσει
συνθηκών παραγωγής

Κάλυψη νομικών
απαιτήσεων &
αναγκών καταναλωτή

Σύνδεση αξίας με
τρόπο παραγωγής