

BUSINESS COMMUNICATION SERIES 2022

Branding & Design

A MULTITOOOL

for professionals



advertising .gr

ADVERTISING - MARKETING - COMMUNICATION

Το **advertising.gr** ανανεώθηκε και έγινε ακόμα πιο χρηστικό.
Όσα χρειάζονται καθημερινά για την ενημέρωσή τους οι επαγγελματίες
της επικοινωνίας και του μάρκετινγκ είναι εδώ.



Κάτι περισσότερο από ένα logo

Όταν κάποιος ακούει Branding & Design, ακόμη σκέφτονται τη δημιουργία κάποιου logo, μιας εταιρικής ταυτότητας, ίσως και της συσκευασίας που θα φέρει πάνω της το υπό συζήτηση σήμα. Ευτυχώς, είναι όλο και λιγότεροι, καθώς διαφημιζόμενοι, agencies αλλά και το καταναλωτικό κοινό αναγνωρίζουν πλέον πως πρόκειται για κάτι πολύ περισσότερο. Μιλάμε για την ίδια τη δημιουργία της μάρκας, τη μετουσίωση σε κάτι από της φιλοσοφίας, των αξιών και των χαρακτηριστικών του brand. Το οποίο brand είναι ένας ζωντανός οργανισμός. Κινείται μέσα στην κοινωνία, διαμορφώνεται από αυτή, προσφέρει σε αυτή, προσαρμόζεται στις ανάγκες, τις απαιτήσεις και στις επιταγές της. Ανταποκρίνεται και ακολουθεί τις τάσεις, στις οποίες συνεισφέρει για να δημιουργηθούν.

Επιχειρήσεις και οργανισμοί στην εποχή μας προσπαθούν να ανακαλύψουν την ισορροπία ανάμεσα στην παρουσία νέων προτάσεων και την κάλυψη της ζήτησης για τις υπάρχουσες. Καλούνται διαρκώς να βρουν τη χρυσή τομή όσον αφορά την ανανέωση και το «φρεσκάρισμα» των προϊόντων και των υπηρεσιών τους και τη διαφύλαξη των στοιχείων που οδήγησαν στην επιτυχία. Αγωνίζονται για να μπορέσουν να κινούνται επιτυχώς στο σύγχρονο ψηφιακό περιβάλλον, ενώ παράλληλα θέλουν να καταδεικνύουν με κάθε δυνατό τρόπο πως συμβάλλουν έμπρακτα και ουσιαστικά στην προσπάθεια για έναν καλύτερο πλανήτη και ένα πιο αισιόδοξο μέλλον για όλους μας. Παλεύουν ούτως ώστε τα brands τους να ξεχωρίσουν σε έναν «ωκεανό» ανταγωνιστικών προτάσεων και να μη γίνουν commodity.

Όλα αυτά είναι ζητήματα στα οποία το branding & design καλείται να συμβάλει σημαντικά και καθοριστικά στο πλαίσιο της συνολικής στρατηγικής επικοινωνίας και marketing. Ο ρόλος του δεν είναι απλώς η δημιουργία ενός logo ή μιας συσκευασίας. Ο ρόλος του είναι η παρουσίαση ενός brand με ουσία, με νόημα, με χαρακτηριστικά που θα του επιτρέψουν να ξεχωρίσει εντός αυτού του πολύπλοκου πλαισίου εντός του οποίου κινούμαστε όλοι μας.

Τα τελευταία δύο -πανδημικά- χρόνια προφανώς και δημιούργησαν πρόσθετες δυσκολίες και προκλήσεις. Το Branding & Design, όμως, δεν έχασε τη δυναμική του. Ούτε σαν πρακτική ούτε σαν αγορά. Οι εταιρείες του χώρου συνεχίζουν να παρουσιάζουν σημαντικές και ουσιαστικές δουλειές. Χρειάζονται, όμως, και αυτές ανάδειξη και στήριξη. Η έκδοση που κρατάτε στα χέρια σας αυτόν το στόχο έχει.

BUSINESS COMMUNICATION SERIES
BRANDING & DESIGN AGENCIES
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2022
ISSN: 2529-0886
Διανέμεται μαζί με το adbusiness

ΕΚΔΟΤΗΣ - ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ
Βαγγέλης Παπαλιός

ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Λίνα Τσαγκαράκη-Ξένου

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ
Δημήτρης Τσουκαλάς
(tsoukalas@direction.gr)

ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ
Πέτρος Αντωνάκης
(antonakis@direction.gr)
Λιλή Καρακώστα
(karakosta@direction.gr)
Εύα Πέτροβα
(petrova@direction.gr)
Σόνια Χαϊμαντά

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER
Κωνσταντίνος Παπαλιός
(krapalios@direction.gr)

ADVERTISING BUSINESS UNIT MANAGER
Αγάθη Ζορμπά
(zorba@direction.gr)

MARKETING EXECUTIVE
Μαρία Τσώνου
(tsonou@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Παναγιώτα Γεωργιάδη
(georgiadi@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ
Ιωάννα Μακαρίου
(imakariou@direction.gr)

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ
Βασίλης Θυμιανός

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟΥ
Πηνελόπη Χατζηδημητρίου

DIRECTION
BUSINESS NETWORK

Μικράς Ασίας 43 | 152 33 | Χαλάνδρι
T: 210.77.12.400 | F: 210.77.13.097
e-mail: info@direction.gr
www.direction.gr

► BRANDING: ΤΙ ΘΑ ΜΑΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΕΙ	
ΤΗ ΦΕΤΙΝΗ ΧΡΟΝΙΑ	4
► DESIGN: 12 ΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ 2022	6
► AJS STRATEGY, BRANDING & COMMUNICATIONS	8
► ASTERIAS CREATIVE DESIGN	12
► CLOUDTRAP ATHENS	16
► THE BRAND TEAM™	18
► THE BRANDHOUSE	20
► INDEX	22

Branding

Τι θα μας απασχολήσει τη φετινή χρονιά

Από πρωτότυπο design και καθηλωτικές εμπειρίες έως μινιμαλισμός και ακτιβισμός...

Στην εποχή μας, η οικοδόμηση ενός brand είναι το κλειδί για την επιχειρηματική επιτυχία. Το branding παρέχει στις επιχειρήσεις μια ταυτότητα πέρα από προϊόντα και υπηρεσίες, δημιουργώντας κάτι μοναδικό με το οποίο μπορούν να συνδεθούν οι πελάτες. Είτε είστε ιδιοκτήτης επιχείρησης είτε σχεδιαστής που εργάζεται σε ένα brand project για έναν πελάτη, η δημιουργία ενός ισχυρού και αναγνωρίσιμου brand είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη της επιχείρησής σας και τη δημιουργία μιας πιστής πελατειακής βάσης. Οι 8 σημαντικότερες τάσεις των brands για το 2022 είναι οι εξής:

1. Brand ακτιβισμός

Ο ακτιβισμός των brands δεν είναι σε καμιά περίπτωση μια παροδική τάση ή μόδα. Το να «φοράτε την καρδιά σας στο μανίκι σας» και να δείχνετε πως έχετε αφοσιωθεί στα πράγματα στα οποία πιστεύετε, δεν ήταν ποτέ άλλοτε πιο σημαντικό. Οι καταναλωτές θέλουν να αλληλεπιδρούν με brands που μοιράζονται τις αξίες τους, από τη βιωσιμότητα έως την κοινωνική δικαιοσύνη. «Το πώς ένα brand ταιριάζει με τις αξίες, το σύστημα πεποιθήσεων και τον τρόπο ζωής σας, θα καθορίσει αναμφισβήτητα και το αν θα αγοράσετε αυτό το brand», εξηγεί η Brand Designer της Envato, Sophie Dunn, και προσθέτει: «Η αποστολή και ο σκοπός ενός brand παίζουν τεράστιο ρόλο στο από ποιον αγοράζετε επανειλημμένα και με ποιον επιλέγετε να ευθυγραμμιστείτε».

2. Brand μινιμαλισμός

Ο μινιμαλισμός βασίζεται στη χρήση μόνο των βασικών στοιχείων -όπως βασικά σχήματα, απλό κείμενο, περιορισμένες χρωματικές παλέτες και κενός χώρος- για να δημιουργήσει μια σύγχρονη αισθητική για τα brands. Αυτή η τάση γραφιστικής και σχεδίασης ιστοσελίδων, η οποία συχνά

περιλαμβάνει οργανικά στοιχεία σχεδίασης, είναι ιδανική για brands που θέλουν να επιστρέψουν στα βασικά, να μεταδώσουν μια απλή προσωπικότητα ή απλώς να αφήσουν τα προϊόντα τους να μιλήσουν από μόνα τους. «Ο μινιμαλισμός μπορεί να είναι ένας πολύ καλός τρόπος για να βεβαιωθείτε ότι ο θεατής εστιάζει ακριβώς σε αυτό που θέλετε να επικεντρωθεί το branding σας», λέει η Sophie. «Αφήνοντας πολύ ανοιχτό χώρο και μένοντας σε ένα εστιακό σημείο, ο μινιμαλισμός μπορεί να βοηθήσει το κύριο θέμα σας να έχει πολύ μεγαλύτερο αντίκτυπο. Είναι ένα ιδανικό στυλ για έργα με εκπληκτική φωτογραφία - όταν οι εικόνες μπορούν να μιλήσουν από μόνες τους».

3. Ιδιόμορφο Branding

Το ιδιόμορφο brand ενσωματώνει τα πάντα, από ζωγραφισμένες στο χέρι παράξενες εικόνες έως αλληλοκαλυπτόμενα στοιχεία, ασυμμετρία και «χαοτικό» σχεδιασμό. Είναι μια τάση που έχει υιοθετηθεί από ένα ευρύ φάσμα εμπορικών σημάτων, συμπεριλαμβανομένων των παραδοσιακών βιομηχανιών όπως το finance και η ασφάλιση υγείας. Το ιδιόμορφο branding έχει να κάνει με τη χρήση απροσδόκητων σχεδιαστικών στοιχείων και τη δημιουργία μιας αίσθησης διασκέδασης και ατομικότητας. Κολάζ, περίεργες εικόνες ή έργα τέχνης, διασκεδαστική τυπογραφία, εικονογράφηση, συγκρουόμενα στοιχεία, φωτεινά ή συγκρουόμενα χρώματα και παραμορφωμένα σχήματα, ιδιόρρυθμες τεχνικές, βοηθούν συχνά τα brands να κάνουν μια τοποθέτηση. Εκτός από διασκεδαστικές και εντυπωσιακές, αυτές οι «ιδιόρρυθμίες» μπορούν να δείξουν μια πιο προσιτή, προσωπική πλευρά μιας επωνυμίας.

4. Bauhaus Branding

Η σχεδιαστική τάση Bauhaus γεννήθηκε από τη διάσημη γερμανική σχολή τέχνης με την ίδια ονομασία που έγινε δημοφιλής στις αρχές του 20ού αιώνα. Περιλαμβάνει στοιχεία τόσο από την τέχνη όσο και από τη βιομηχανία, τα οποία εκδηλώνονται με γεωμετρικά σχήματα, έντονες γραμμές και έντονες γωνίες. Η Bauhaus έχει μια μινιμαλιστική, μοντέρνα και λειτουργική αίσθηση που βασίζεται σε στοιχεία ρετρό σχεδίασης - καθιστώντας τη συγκεκριμένη τάση μια τέλεια και ευέλικτη επιλογή



για το σχεδιασμό ενός brand. Για να προσθέσετε στοιχεία του σχεδιασμού Bauhaus στο brand σας, περιηγηθείτε στη συλλογή Bauhaus για πρότυπα, αφίσες και γραμματοσειρές εμπνευσμένα από το σχετικό κίνημα ή μεταβείτε αμέσως στις εντυπωσιακές επαγγελματικές κάρτες γραφικών Bauhaus, ιδανικές για προσωπικά ή επαγγελματικά brand projects.

5. Χρωματικές διαβαθμίσεις

Ξεκίνησαν ως ένα διασκεδαστικό χαρακτηριστικό του Powerpoint και του Microsoft WordArt, αλλά οι χρωματικές διαβαθμίσεις εμφανίζονται πλέον παντού: από τη σχεδίαση και την ψηφιακή τέχνη έως τις αναρτήσεις στα social media, τους ιστότοπους και τις παρουσιάσεις. Ένας από τους λόγους που οι χρωματικές διαβαθμίσεις είναι τόσο δημοφιλείς είναι επειδή είναι απίστευτα ευέλικτες με ένα ευρύ φάσμα δημιουργικών εφαρμογών. Βλέπουμε χρωματικές διαβαθμίσεις που χρησιμοποιούνται σε διάφορα περιβάλλοντα, όπως σε επικαλύψεις φωτογραφιών που συνδέουν εικόνες με τη χρωματική παλέτα μιας επωνυμίας, ως τρόπο προσθήκης επιπλέον οπτικού ενδιαφέροντος στο κείμενο και ως διακριτικό φόντο σε εικονογραφήσεις.

6. Νοσταλγία

Η συλλογική μας εμμονή με τη νοσταλγία έχει γίνει κυρίαρχη δύναμη στο branding και το μάρκετινγκ. Για πολλές επωνυμίες, το παρελθόν εξακολουθεί να είναι μια πλούσια πηγή έμπνευσης, και ως εκ τούτου πολλοί κάνουν μια νέα στροφή σε πολύ αγαπημένα σύμβολα και άμεσα αναγνωρίσιμα εικονίδια. Το brand του αρτοποιείου Hey Miki με έδρα τη Μανίλα παρουσιάζει ατμόσφαιρα της δεκαετίας του '70 με τα σύμβολα ειρήνης, τα γυαλιά σε σχήμα καρδιάς και τα αυτοκόλλητα «flour power». Βλέπουμε, επίσης, μια αναζωπύρωση στοιχείων σχεδίασης και αναφορών pop κουλτούρας από πιο πρόσφατη ιστορία -δηλαδή τις δεκαετίες του 1990 και του 2000- που

εμφανίζονται σε ταινίες, τηλεοπτικές εκπομπές, υλικό μάρκετινγκ και ροές στα social.

7. Καθηλωτικές εμπειρίες

Μια καινοτόμος τάση που διαμορφώνεται ως ουσιαστικό μέρος του branding είναι οι καθηλωτικές εμπειρίες που έχουν να κάνουν με το να καλωσορίσετε το κοινό στον κόσμο σας, να προσκαλέσετε την αλληλεπίδραση και να δημιουργήσετε μια συνδεδεμένη και αφοσιωμένη κοινότητα. Είτε μέσω της φιλοξενίας μιας θεματικής εκδήλωσης, της δημιουργίας ενός διαδικτυακού παιχνιδιού ή μιας διαδραστικής εμπειρίας, είτε μέσω της συσκευασίας των προϊόντων σας για να δημιουργήσετε μια απaráμιλλη εμπειρία για τους πελάτες σας, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι καθηλωτικές εμπειρίες των brands είναι ο δημοφιλέστερος τρόπος στο εγγύς μέλλον. Το διαδραστικό βίντεο μπορεί, για παράδειγμα, να είναι ένας εξαιρετικός τρόπος για τις μικρότερες επιχειρήσεις να δημιουργήσουν καθηλωτικές εμπειρίες για τους πελάτες τους. Είτε διοργανώνετε μια εκδήλωση είτε μια εμπειρία στο διαδίκτυο ή στην πραγματική ζωή, μια καλά σχεδιασμένη σελίδα μπορεί να κάνει τη διαφορά έτσι ώστε να δημιουργήσετε προσδοκίες και να αυξήσετε τις πωλήσεις εισιτηρίων.

8. Bold και «διασκεδαστική» γραμματοσειρά

Όταν πρόκειται για την επικοινωνία του μηνύματος του brand σας, η επιλογή της σωστής γραμματοσειράς είναι αναπόσπαστο μέρος της διαδικασίας. «Τυλίγοντας τις λέξεις σας στη σωστή συσκευασία», μπορείτε να μεταφέρετε ένα ισχυρό μήνυμα που ταιριάζει στον τόνο της επωνυμίας σας. Εάν η επωνυμία σας είναι τολμηρή, διασκεδαστική, τότε αυτή η τάση είναι κατάλληλη για εσάς. «Μια εικόνα μπορεί να λέει χίλιες λέξεις, αλλά ποτέ να μην υποτιμάτε τη δύναμη μιας διασκεδαστικής γραμματοσειράς», επισημαίνει η Sophie.

12 τάσεις για το 2022

Σε μία ακόμη πανδημική χρονιά, το design κάνει την επανάστασή του, με αντιφατικές μεταξύ τους τάσεις, που αντικατοπτρίζουν τα συγκρουόμενα συναισθήματα των σχεδιαστών σε αυτά τα περίεργα χρόνια.

Το 2022 είναι ήδη εδώ και η πανδημία για μία ακόμη χρονιά ταλανίζει τον πλανήτη. Οι πρωτόγνωρες συνθήκες ζωής που τόσο βίαια μας επιβλήθηκαν, απεικονίζονται και στο design αλλά και στη γραφιστική τέχνη, όπου η ανάγκη για στιγμές χαράς συγκρούεται με τα επαναστατικά συναισθήματα που προκάλεσαν ο εγκλεισμός και η καραντίνα. Οι 12 τάσεις που θα κυριαρχήσουν στο design, σύμφωνα με την πλατφόρμα 99designs, μπορεί να μοιάζουν εντελώς διαφορετικές μεταξύ τους, όμως έχουν έναν κοινό παρονομαστή: την Τέχνη, που πάντα θα αποτελεί καταφύγιο σε δύσκολους καιρούς.

1. Τα '90s επιστρέφουν

Μετά από ένα πρόσφατο «χρονολαξίδι» στη δεκαετία του '80, η νέα τάση θέλει για το 2022 επιστροφή στα '90s. Με έντονα χρώματα, «πρωτόγονα» γραφιστικά πλαίσια και old school διάθεση, τα '90s επιστρέφουν δυναμικά, ακόμη και αν το ημερολόγιο δείχνει πλέον 2022.

2. Εκφραστικές αλλά και πειραματικές γραμματοσειρές

Στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και του διαδικτύου, δύσκολα οι λέξεις μπορούν να συνδέσουν πολιτισμούς και διαφορετικές κουλτούρες. Για το λόγο αυτό, το design προχωρά σε μια σειρά πειραματισμών με τολμηρούς συνδυασμούς σχημάτων και γραμματοσειρών. Τα αταίριαστα μεταξύ τους στυλ γραμμάτων και τα εντυπωσιακά σχήματα μπορεί να ανήκουν στο

design του παρελθόντος, όμως φαίνεται πως επιστρέφουν και επιβραβεύουν τους τολμηρούς, που κατορθώνουν έτσι να ξεπεράσουν τα εμπόδια κάθε γλώσσας και κουλτούρας.

3. Ιαπωνική τέχνη από το παρελθόν

Μια τάση που πρόκειται να επικρατήσει το 2022 στο design, έχει ιστορία 300 ετών. Ο λόγος για το Ukiyo-e, της ιαπωνικής περιόδου Edo, που επηρέασε τους καλλιτέχνες της στυλιζαρισμένης επιπεδότητας. Πρόκειται για ένα τυπωμένο έργο τέχνης (ή και ζωγραφισμένο), όπου χρησιμοποιούνταν χειροποίητα σκαλισμένα ξύλινα μπλοκ. Με τολμηρά περιγράμματα, επίπεδα χρώματα και περιορισμένες τεχνικές προοπτικής και βάθους, οι σχεδιαστές του 2022 ανατρέχουν στο παρελθόν για να μιλήσουν για το μέλλον.

4. Η επιστροφή των doodles

Σχέδια προσिता που γεφυρώνουν το χάσμα μεταξύ ψηφιακών εργαλείων και ανθρώπινης επαφής, τα doodles είναι κάτι παραπάνω από σχήματα χωρίς νόημα που μπορεί να σχεδιάζει αφηρημένα κάποιος σχεδιαστής στο χαρτί.

Στο 2022, τα doodles κάνουν δυναμική επιστροφή, καθώς αποτελούν χρήσιμα εργαλεία που με τη χρήση σκίτσων ευνοούν την ελεύθερης μορφής σχεδίαση και περνούν μηνύματα με μια τέχνη προσιτή σε όλους.

5. Η απελευθέρωση της δημιουργικότητας με το Anti-design

Αντισυμβατικό και ενάντιο στους κανόνες σχεδίασης που εγκλωβίζουν τη δημιουργικότητα. Αυτό είναι το Anti-design και έρχεται να απελευθερώσει τους σχεδιαστές, που εδώ και χρόνια νιώθουν δέσμιοι των αυστηρών κανόνων σχεδίασης. Το Anti-design βάζει τέλος στην ομοιογένεια και προκαλεί με την ασυμμετρία, τα προκλητικά χρώματα, τα έντονα στοιχεία και τις διαφορετικές γραμματοσειρές. Οι επικριτές του αναφέρουν πως το στυλ είναι άσχημο απλά και μόνο για να προκαλέσει, ενώ οι υποστηρικτές του πιστεύουν πως χάρη στο Anti-design, οι σχεδιαστές απελευθερώνονται από τα πρότυπα ομορφιάς που εδώ και χρόνια έχουν επιβληθεί και εγκλωβίζουν τη δημιουργικότητα.

6. «Απόδραση» από την πανδημία

Η πανδημία και η καραντίνα δημιούργησαν μια νέα τάση στο design, που ήρθε να καλύψει την έντονη ανάγκη «απόδρασης» που είχαν οι περισσότεροι σχεδιαστές κλεισμένοι μέσα στους τέσσερις τοίχους του σπιτιού τους. Η τάση αυτή αναμένεται να κυριαρχήσει στο design και το 2022 και είναι γεμάτη από απροσδόκητα χρώματα, ιδιότροπα σχέδια και έντονα μοτίβα. Σκοπός της τάσης αυτής είναι οι θεατές να ξεφεύγουν με τη φαντασία τους από τις συνθήκες εγκλεισμού που επέβαλε η πανδημία αλλά και από κάθε είδους εγκλεισμό, χάρη στις «πυκνές» συναρπαστικές τους εικόνες.

7. Η επιστροφή του Y2K

Η εποχή του Millennium, πέρα από προσμονή για το μέλλον, χαρακτηρίστηκε και από μια αγωνία που εξέφρασαν αρκετοί, καθώς πίστευαν πως η τεχνολογία θα τους οδηγήσει στην απόλυτη καταστροφή. Τα καταστροφολογικά σενάρια της εποχής έδωσαν τη θέση τους σε έναν ανασταναγμό ανακούφισης, όταν τίποτα από αυτά δεν επαληθεύτηκε, οδηγώντας τον κόσμο σε μια φάση αισιοδοξίας για το μέλλον. Ωστόσο, η επέλαση των social media και η παραπληροφόρηση σε συνδυασμό με την απομόνωση της πανδημίας, «ροκάνισαν» την αίσθηση ενθουσιασμού -πως τα πάντα είναι δυνατά μέσω της τεχνολογίας- οδηγώντας το design σε μια εποχή που ανατρέχει στο 2000, όταν η τεχνολογία φάνταζε ακόμη παντοδύναμη...

8. Η γεωμετρία στην υπηρεσία του design

Τα μοτίβα είναι βασικός πυλώνας της γραφιστικής τέχνης, καθώς «σπάνε» τα συμπαγή χρώματα και προσθέτουν οπτικό ενδιαφέρον στο φόντο. Για το 2022, οι γραφίστες φέρνουν στην επικαιρότητα μοτίβα επηρεασμένα από την παραμετρική γεωμετρία, που αποτελούνται από περίπλοκες γεωμετρικές δομές και από γραμμές που επηρεάζονται από το ύφος των παραμετρικών εξισώσεων.

Αν και έχουν τις ρίζες τους στη γεωμετρία, τα μοτίβα είναι ρευστά και τρισδιάστατα, δίνοντας την αίσθηση της κίνησης, σε αντίθεση με την αρχιτεκτονική ακαμψία. Είτε πρόκειται για ανθρώπινη επικοινωνία είτε για brand, τα παραμετρικά μοτίβα είναι εδώ και αναπαριστούν με ακρίβεια την πολυπλοκότητα του αντικειμένου τους.

9. Η ωριμότητα του Frasurbane

Προέρχεται από το συνδυασμό των λέξεων Frasier (αμερικανική κωμική σειρά των '90s) και urbane (ευγενικός/αστικός), δημιουργώντας μια ακόμη τάση στο design για το 2022, το Frasurbane.

Αναφέρεται σε εκπροσώπους της γενιάς X, που ζούσαν σε αστικές περιοχές και κερδίζοντας πλέον αρκετά χρήματα, μπορούσαν να εξασφαλίσουν ένα υψηλό επίπεδο ζωής. Έχοντας ως πρότυπο τα διαμερίσματα της κωμικής σειράς, με πιάνο, τζάκι και απαλά χρώματα, το Frasurbane, από τον κόσμο της διακόσμησης, πέρασε και στον κόσμο της γραφιστικής τέχνης.

Με «σιωπηλά» χρώματα και προσεκτικά τοποθετημένα σχεδιαστικά στοιχεία, το Frasurbane ακροβατεί ανάμεσα στην αποπνικτική πολυπλοκότητα των ενηλίκων και στη νεανική γοητεία της πόλης. Με στυλ που συχνά ερμηνεύεται ως σομπ ή επιτηδευμένο, το Frasurbane περικλείει μια μετρημένη ωριμότητα που εκφράζεται αθόρυβα μέσω της γραφιστικής τέχνης.

10. Περίπλοκος μαξιμαλισμός

Είναι ένα στυλ που στερείται ντροπής, όπως χαρακτηριστικά αναφέρουν οι σχεδιαστές. Πρόκειται για τον περίπλοκο μαξιμαλισμό που εν έτει 2022 κάνει αισθητή την παρουσία του. Ο μαξιμαλισμός δεν αφορά μόνο στο να γεμίζουμε το χώρο με αντικείμενα, αλλά να τον γεμίζουμε με αντικείμενα, χρώματα και μοτίβα που αντικατοπτρίζουν τις ιδιαιτερότητες κάθε καλλιτέχνη. Η τάση αυτή θέλει ο σχεδιαστής να επικεντρώνεται σε μεμονωμένα κομμάτια, ώστε όταν αντικρίζει κανείς το σύνολο, να αντιλαμβάνεται ένα αποτέλεσμα γεμάτο συγκρούσεις που σκοπό έχουν να μας τραβήξουν την προσοχή.

11. Οι φυσαλίδες και η ανάγκη για χαρά

Σε μία ακόμη χρονιά πανδημίας, η ανάγκη για λίγη χαρά είναι μεγαλύτερη από ποτέ. Οι σχεδιαστές, για να δώσουν μια ευχάριστη νότα στο design τους, καταφεύγουν σε σχήματα με φυσαλίδες που έχουν θετική επίδραση, καθώς οι κύκλοι συχνά μεταδίδουν φιλικότητα λόγω της έλλειψης γωνιών. Η τάση αυτή, που αναμένεται να δώσει μια χαρούμενη οπτική στο design του 2022, θα εμπλουτιστεί με ψυχεδελικά χρώματα και έντονες γραμματοσειρές, με την υπερβολή να μας προκαλεί συναισθήματα παιδικής χαράς.

12. Η αναβίωση του Grunge

Εγκλωβισμένη ενέργεια που απελευθερώνεται και συγκινητική αίσθηση κίνησης είναι φράσεις που περιγράφουν εύστοχα την τάση Grunge, που χαρακτηρίζεται από σκληρή υφή και εικόνες με έντονες σκιές. Η τάση Grunge, που θα μας απασχολήσει το 2022, επαναστατεί ενάντια στα καθαρά, επίπεδα γραφικά της ψηφιακής εποχής και θυμίζει έντονα ένα πάρτι με καλεσμένες πολλές ετερόκλητες μεταξύ τους προσωπικότητες, που όμως δημιουργούν μια εύθυμη παρέα.

Αντωνία Σκαράκη

Η επικοινωνία είναι μέγιστο αγαθό για εμάς

Η A|S Strategy, Branding & Communications είναι ένα γραφείο που ξεπερνάει τη συνθήκη της απλής δημιουργίας. Συστήνουμε τους εαυτούς μας μέσα από το ταλέντο, τη φαντασία και την ικανότητά μας να γινόμαστε ένας κόμβος ανάμεσα στο ρεαλισμό της στρατηγικής σκέψης και της δημιουργικής αποτύπωσης.

Η επικοινωνία είναι μέγιστο αγαθό για εμάς. Γι' αυτό, επαναπροσδιορίζουμε την έννοια του branding και μετατρέπουμε τις αξίες σε επικοινωνία. Αυτή η αναγέννηση είναι και η φιλοσοφία μας.

Αναλαμβάνουμε κάθε μας έργο με ενσυναίσθηση και το οδηγούμε στην επιτυχία, μέσω ενός μεθοδικού τρόπου εργασίας που υπαγορεύει ότι όλη η επικοινωνία βασίζεται στη δόμηση κάθε brand με ένα στρατηγικό σχέδιο, το οποίο αποτελεί τα θεμέλιά του.

Τα δύο κύρια κίνητρα που φέρνουν καρπούς στα έργα μας, είναι η περιέργεια και η ακόρεστη ανάγκη να διαμορφώσουμε αρμονικά τα πάντα γύρω μας. Με μια λέξη: πάθος.

Μέσα από μια ομάδα που μετράει περισσότερα από 30 χρόνια εμπειρίας, διασφαλίζουμε ότι κάθε ανάγκη όχι μόνο ικανοποιείται, αλλά ξεπερνιέται, κάτι που με τη σειρά του μας επιτρέπει να εξελίσσουμε συνεχώς το σχεδιασμό μας.

Σε εμάς, ο σχεδιασμός συνδυάζεται με ένα πολύ σφιχτό λειτουργικό οργανόγραμμα, με μοντέλα εκμάθησης και συνεχόμενες επενδύσεις σε προηγμένα τεχνολογικά συστήματα.

Το ελληνικό design σήμερα είναι εξαγωγίμο προϊόν

Αποτελεί μέρος του συνολικού σχεδιασμού ενός brand και υπηρετεί το στρατηγικό πλαίσιο και το αξιακό σύστημα που θεσπίζουμε.

Μοιραζόμαστε το όραμά μας με μεγάλα διεθνή brands όπως Borjomi, Gourmet Fats, Manoli Canoli, TBS WAY, αλλά και αγαπημένα brands σε Ελλάδα και Κύπρο, όπως MAD, ΕΛΓΕΚΑ, 3E, Νίκας, Kiosky's, Lipton, Καφεκοπτεία Λουμιδης, Saristi, Bochery, Αυγουλάκια, Ψηλορείτης, Heraclis, Γεωπονικό



Πανεπιστήμιο Αθηνών, Hans & Gretel, The Wine Barrel, Τοάνος, Costa Navarino, Mastihashop κ.ά. Η αφοσίωση που δείχνουμε πάντα σε κάθε μας έργο, μας έχει χαρίσει διακρίσεις σε πολλούς διαφορετικούς διαγωνισμούς, από κάθε γωνιά της Γης (Reddot, Dieline, Pentawards, Marking Awards, EBΓΕ, Ερμής, A' Design, ADC, FAB, Packaging Awards, Indie Awards, Packaging Innovation awards, D&AD, WPO World Star, World Brand Society Awards κ.ά.), κάτι που μας κάνει να συνεχίζουμε περήφανα και να θέλουμε να δώσουμε ακόμα περισσότερα!

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
A|S STRATEGY BRANDING & COMMUNICATION

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Παύλου Μπακογιάννη 28B, 14562, Κηφισιά

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 8086636

E-MAIL
info@antoniaskaraki.com

WEBSITE
www.antoniaskaraki.com

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Ρούλα Σκλιβανίκη, General Manager



ΕΚ
ΓΟΥΒΕΡΝΕΤΟΥ



*Ένας εφάρμογος
εξομολογίας, ανθός και
μαροσιφάντος μέλας
στην παραγωγή σου*

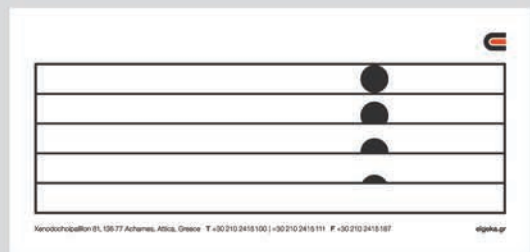
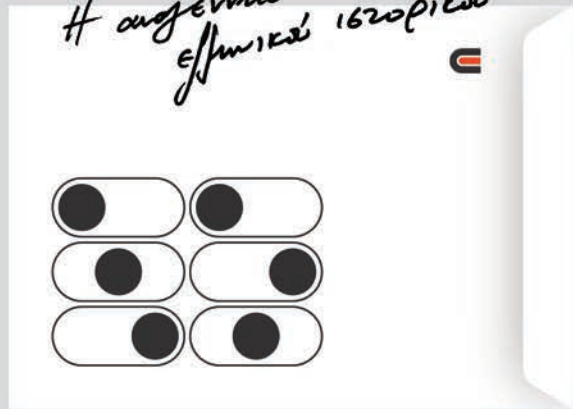
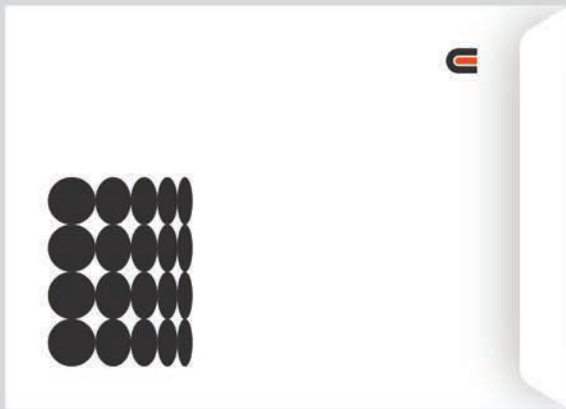
Ιερά Μονή Κυρίως των Αγγέλων Γουβερνέτου





THE HOUSE OF SUCCESSFUL BRANDS

*H αναγέννηση ενός
επιτυχημένου brand*



Δημιουργούμε δεσμούς εμπιστοσύνης με τους πελάτες μας και μαζί εξελισσόμαστε

Ποια είναι η πορεία της εταιρείας στην ελληνική αγορά Branding & Design; Ποια είναι η φιλοσοφία και ποιες, ακριβώς, υπηρεσίες προσφέρει;

Η asterias creative design μετρά πάνω από 30 χρόνια στην ελληνική αγορά. Από το τυπογραφείο και τις εκδόσεις του πατέρα Θεόδωρου Πλατσή, στο δημιουργικό γραφείο των υιών Σταύρου και Θανάση, έχει εξελιχθεί σε μια εταιρεία που προσφέρει υπηρεσίες διαφήμισης και επικοινωνίας σε ένα σταθερό πελατολόγιο, στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Η εμπειρία, οι γνώσεις, η δημιουργία και η καινοτομία που την χαρακτηρίζει, ξεχωρίζουν την asterias και την τοποθετεί σε περίοπτη θέση σε μια άκρως ανταγωνιστική αγορά. Στην πορεία αυτή, έχει αναπτύξει ισχυρούς δεσμούς εμπιστοσύνης τόσο με υπαλλήλους, συνεργάτες και προμηθευτές, όσο και με πελάτες, οι οποίοι ξέρουν ότι μπορούν να βασιστούν στην asterias για όποια επικοινωνιακή τους ανάγκη, όσο επείγουσα ή περίπλοκη και αν είναι. Στόχος της asterias είναι να προσφέρει ένα άρτιο, δημιουργικό και αποτελεσματικό προϊόν στο πλαίσιο που ορίζουν η ανάγκη του πελάτη και η αγορά. Η asterias είναι ένα design agency που προσφέρει υπηρεσίες ενδοεταιρικής και πελατειακής επικοινωνίας, σχεδιασμού εταιρικής - προϊοντικής ταυτότητας, επικοινωνιακών υλικών BTL & ATL, ψηφιακής επικοινωνίας (web, social media, apps), διαχείρισης events, με ιδιαίτερη έμφαση και εμπειρία στο σχεδιασμό συσκευασιών.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες από τις συνεργασίες και τις δουλειές σας που ξεχωρίζετε;

Στα περισσότερα από 30 χρόνια μας, έχουμε πολλά αξιόλογα projects και συνεργασίες να αναφέρουμε. Όπως τις συσκευασίες Dixan την δεκαετία του '90 που σφράγισε την μακροχρόνια συνεργασία μας με την Henkel, αντίστοιχα και της Eψα, μιας από τις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες αναψυκτικών στην Ελλάδα που τότε έβγαине από την αφάνεια, καθώς και το concept, packaging design και προωθητικά υλικά των Trident Senses όταν πρωτοκυκλοφόρησαν. Δεν ξεχνάμε το πανευρωπαϊκό project της Halls, μια ιδιαίτερη πρόκληση καθώς αφορούσε σε πολλά και διαφορετικά designs, flavor variations και διαφορετικές ομάδες χρωμάτων. Οι 14 συλλεκτικές συσκευασίες που δημιουργήσαμε για την Coca-Cola μέσα σε διάστημα 2 χρόνων αποτίοντας φόρο τιμής σε διάφορες περιοχές της Ελλάδας και Κύπρου, από τις οποίες προέκυψαν και μια σειρά επικοινωνιακών



υλικών, είναι μέρος των αξιοσημείων συνεργασιών μας, καθώς και το τηλεοπτικό που δημιουργήσαμε για το Dettol, αλλά και οι συσκευασίες Top και Benecol για τη Μινέρβα.

Η συνεργασία μας με τον Λανίτη στην Κύπρο πάνω σε web application - πρόγραμμα

επιβράβευσης (consumer loyalty) καθώς και μια σειρά συσκευασιών για το φρέσκο τους γάλα, αποτελεί μια ακόμα συνεργασία για την οποία είμαστε περήφανοι. Τέλος, η πρόσφατη δημιουργία ταυτότητας και επικοινωνιακών υλικών της νέας αλυσίδας café Coffee Qubes, έρχεται να συμπληρώσει κάποιες από τις αγαπημένες μας εργασίες.

Πώς επηρέασε την ελληνική αγορά Branding & Design η κρίση της πανδημίας; Ποια είναι η εικόνα σήμερα;

Όπως για όλους, η πανδημία άλλαξε το τοπίο, όχι μόνο της αγοράς, αλλά και της ζωής μας, συνολικά. Οι νέες συνθήκες, η νομοθεσία, οι αλλαγές στον τρόπο αγοράς και κατανάλωσης, επέφεραν σημαντικές μεταβολές και στον τρόπο επικοινωνίας και προσέγγισης του καταναλωτή. Η ψηφιακή επικοινωνία πήρε πρωταγωνιστικό ρόλο και η ανάγκη να προσεγγίσεις τον καταναλωτή στο κυρίως περιβάλλον του, το σπίτι του, έγινε κυρίαρχη. Αυτό σημαίνει ότι έπρεπε να βρεθούν νέοι κώδικες επικοινωνίας από τους οποίους προέκυψαν και καινοτόμες υπηρεσίες. Η αγορά του branding & design προσαρμόζεται, καινοτομεί και ανακάμπτει, το ίδιο και η asterias creative design που εξελίσσεται και βρίσκει τη νέα της θέση στην αγορά.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
ASTERIAS CREATIVE DESIGN

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Βεΐκου 14, Γαλάτσι 11147

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 8622098

E-MAIL
splatsis@asterias.gr

WEBSITE
www.asterias.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Σταύρος Πλατσίας, Managing Director



COFFEE QUBES



ΥΓΕΙΑΣ ΠΑΥΛΙΔΗ



DENTYNE DEEP ARCTIC



TRIDENT SENSES



HALLS HARMONY



ΔΗΜΟΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ



BENECOL



BASF ACCELON



ΤΟΠΙ



DETTOL



COCA-COLA



NEWTRITION



FOCUS ULTRA



ΛΑΝΙΤΗΣ ΦΡΕΣΚΟ ΓΑΛΛΑ



LANITIS FAMILY APP



cloudtrap

Φαίδων Αρβανιτάκης, Founder / Visual Designer

One-stop studio για brands

Ποια είναι η πορεία της εταιρείας στην ελληνική αγορά Branding & Design; Ποια είναι η φιλοσοφία και ποιες ακριβώς υπηρεσίες προσφέρει;

Η Cloudtrap ιδρύθηκε το 2011. Έντεκα χρόνια αργότερα και με ειδίκευση στο Branding, έχουμε εξελιχθεί σημαντικά στον τομέα του design αλλά και στον τομέα της παραγωγής video, θέλοντας να δημιουργήσουμε ένα one-stop studio. Το Branding και το video διαμορφώνουν ένα υβριδικό σύστημα, το οποίο καλύπτει σχεδόν όλες τις ανάγκες μιας επιχείρησης/brand. Η φιλοσοφία μας είναι απλή: να διαμορφώνουμε στρατηγικές και να σχεδιάζουμε brands τα οποία να είναι στοχευμένα, συνεχώς εξελίξιμα και μοναδικά. Μέσα από την ομάδα μας αλλά και τους προσεκτικά επιλεγμένους συνεργάτες μας, «δίνουμε νόημα» στην ύπαρξη των brands και του καθαρού σχεδιασμού σε όλα τα επίπεδα.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες από τις συνεργασίες και τις δουλειές σας που ξεχωρίζετε;

Συνεργαζόμαστε και μας εμπιστεύονται εταιρείες όπως η HP, η Halcor, η Johnson & Johnson, ο Όμιλος Sarantis αλλά και brands όπως τα Casa di Patsi, η Septona, η Top Dog και η Tanweer.

Το να ξεχωρίσουμε δουλειές είναι κάτι εξαιρετικά δύσκολο, καθώς όλα τα projects σχεδιάζονται για διαφορετικές ανάγκες επικοινωνίας. Θα μπορούσαμε όμως να ξεχωρίσουμε projects όπου μέσα από αυτά εξελιχθήκαμε κι εμείς. Κάποια από αυτά είναι η Molliz, η Witside, η NAK Shoes και ένα νέο project που σχεδιάζεται και αφορά συνανθρώπους μας με σύνδρομο Down. Αυτό το project μας οδήγησε σε διαφορετικό επίπεδο σκέψης ως προς την επικοινωνία και το σχεδιασμό του brand. Θα το δείτε σύντομα!

Πώς επηρέασε την ελληνική αγορά Branding & Design η κρίση της πανδημίας; Ποια είναι η εικόνα σήμερα;

Ήταν κάτι πρωτόγνωρο για όλους μας. Υπήρξε φόβος και αβεβαιότητα. Ακόμα υπάρχει, αλλά είναι κάπως διαφορετικά από την αρχή της πανδημίας. Τώρα μαθαίνουμε να ζούμε με τον ιό.



Δουλεύουμε σκληρά και με υπομονή απέναντι σε κάθε δυσλειτουργία. Κάθε κρίση, εκτός από τα αναπάντεχα, φέρνει και κάποια καλά. Ένα από αυτά είναι ότι σε μαθαίνει να εκτιμάς το ποιοτικό. Έτσι, και με την οικονομική αλλά και με την υγειονομική κρίση, οι επιχειρήσεις και οι εταιρείες ψάχνουν το διαφορετικό και το ποιοτικό. Αναζητούν τους κατάλληλους ανθρώπους και εμπιστεύονται τους επαγγελματίες.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
CLOUDTRAP ATHENS

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Παραδεισίων 16, Γαλάτσι 111 47

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
211 2155 628, 211 0124 290

E-MAIL
info@cloudtrap.gr

WEBSITE
www.cloudtrap.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Φαίδων Αρβανιτάκης, Founder / Visual Designer



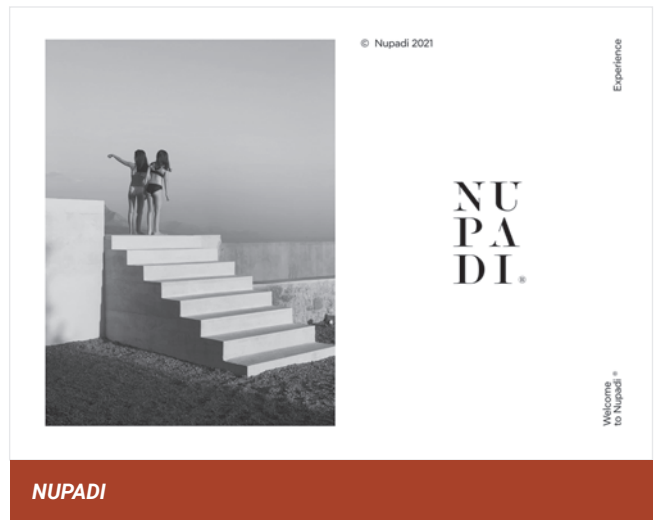
BORIS PILIPENKO



CASA DI PATSI - HOTEL BOOK



MOLLIZ



NUPADI



PHARMACY ANAGNOSTOU



VESPIGNANI ITALIA

Ζωή Κερασιώτη, Owner/ Brand Strategist

Brands με νόημα

Ποια είναι η πορεία της εταιρείας στην ελληνική αγορά Branding & Design; Ποια είναι η φιλοσοφία και ποιες ακριβώς υπηρεσίες προσφέρει;

Η the brand team ιδρύθηκε το 2013 από την ανάγκη μας να απλοποιήσουμε την έννοια του branding, δηλαδή να δημιουργήσουμε λειτουργικές ταυτότητες για τα brands, ώστε να προσφέρουν ξεχωριστές εμπειρίες στους καταναλωτές τους. Βασιζόμαστε στην πολύτιμη συνεργασία με τους πελάτες μας και προσφέρουμε tailored solutions αλλά και στρατηγικά πρωτόκολλα, ανάλογα το project. Το design είναι το ζητούμενό μας, αλλά πάντοτε εφόσον αυτό (εξ) υπηρετεί τη στρατηγική του brand.

Η εταιρεία απασχολεί καταξιωμένους επαγγελματίες του χώρου in & out of house, remotely or not και κατέχει μια σταθερή και ανοδική πορεία από την ίδρυσή της έως σήμερα στο χώρο του Branding & Design. Από την έναρξή της, απασχολεί γυναίκες σε ποσοστό 95% και ξεχωρίζει για τις πολυάριθμες συνεργασίες της με retailers, έναν ιδιαίτερα νευραλγικό και ανταγωνιστικό επιχειρηματικό κλάδο.

Το αξιακό μας σύστημα συνοψίζεται σε 5 λέξεις: ηθική, αισθητική, επαγγελματισμός, ομαδικότητα, ισότητα. Μεταξύ άλλων, οι βασικές υπηρεσίες μας είναι η έρευνα και ανάλυση, η στρατηγική, το positioning και η αρχιτεκτονική των brands -το branding blueprint που λέμε εμείς- η ονοματολογία, το χτίσιμο ταυτότητας, η μελέτη και η υλοποίηση συσκευασιών, η δημιουργία 3D περιβάλλοντος και εμπειριών, αλλά και new media customer engagement. Δημιουργούμε σημαντικά brands με νόημα, brands που επιλέγονται από τους καταναλωτές.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες από τις συνεργασίες και τις δουλειές σας που ξεχωρίζετε;

Είμαστε περήφανοι για όλες τις συνεργασίες μας και καθεμιά είναι αξιόλογη, αλλά αν πρέπει να ξεχωρίσουμε κάποιες, αυτές θα ήταν: το rebranding του parking Αεροδρομίου Αθηνών, μια συνολική μελέτη με μεγάλο impact αλλά και εξαιρετική επικοινωνία με τον πελάτη, ο συνολικός επανασχεδιασμός σειράς FMCG του Καραμολέγκου, με έντονο packaging challenge λόγω ανταγωνισμού, το Hub Kafkas, το πρώτο lighting & innovation hub και σίγουρα τον ανασχεδιασμό της ταυτότητας του Χρυσού Οδηγού.



Πώς επηρέασε την ελληνική αγορά Branding & Design η κρίση της πανδημίας; Ποια είναι η εικόνα σήμερα;

Το branding βασίζεται στην εμπειρία. Εφόσον άλλαξε ο τρόπος που καταναλώνει ο πελάτης λόγω της πανδημίας Covid-19, προσαρμόστηκε αντίστοιχα και η προσέγγιση του branding, όχι τόσο στα μοντέλα που χρησιμοποιούνται αλλά στον τρόπο που η απόσταση από το προϊόν -το intangibility- δεν επηρεάζει την εμπειρία με τη μάρκα. Χάρηκα που είδα να μπαίνουν δυναμικά στο προσκήνιο brands που προσφέρουν αμεσότητα και ευκολία, που ήταν προετοιμασμένα και με τη σειρά τους αφύπνισαν τους υπόλοιπους να προσαρμοστούν. Οι αλλαγές είναι ραγδαίες και απαιτείται ελαστικότητα, προσαρμοστικότητα και η συνεχής παρουσία των brand consultants με στρατηγικές μελέτες που δείχνουν την επόμενη μέρα.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
THE BRAND TEAM™

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
ΕΘ. Αντιστάσεως 27, Βριλήσσια 15235

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 6825668, 6987048476

E-MAIL
info@thebrandteam.com

WEBSITE
www.thebrandteam.com

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Ζωή Κερασιώτη, Owner/ Brand Strategist



The Official Airport
Parking

Επανασχεδιασμός οπτικής ταυτότητας επίσημου parking Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος»



XOTM
χρυσός
οδηγός

Επανασχεδιασμός οπτικής ταυτότητας Χρυσού Οδηγού



hub
LIGHTING
& INNOVATION
KAFKAS

Σχεδιασμός λογοτύπου Hub Lighting & Innovation by KAFKAS



Granada
energy

Επανασχεδιασμός οπτικής ταυτότητας Granada Energy, Dubai



Συνολικός επανασχεδιασμός συσκευασιών σειράς ψωμιών του τوست Καραμολέγκος



Σχεδιασμός σειράς συσκευασιών «Παξιμάς» για την Καραμολέγκος

Κατερίνα Τσενεμπή, Founder / Brand Strategist

10 χρόνια Designing Key Brands

Ποια είναι η πορεία της εταιρείας στην ελληνική αγορά Branding & Design; Ποια είναι η φιλοσοφία και ποιες ακριβώς υπηρεσίες προσφέρει;



Η Brandhouse ιδρύθηκε το 2012, στην καρδιά της οικονομικής κρίσης, με την πεποίθηση ότι κάθε κρίση εμπεριέχει το σπόρο του μετασχηματισμού, από τον οποίο ξεπηδούν συναρπαστικές ευκαιρίες. Ιδρύθηκε με σκοπό να καλύψει τη νέα ανάγκη για υψηλής ποιότητας Υπηρεσίες Marketing και

Επικοινωνίας για τη δημιουργία επιτυχημένων μαρκών διεθνούς εμβέλειας, στο πλαίσιο της εθνικής στρατηγικής «Παράγω και Εξάγω», ένα χαρακτηριστικό του ελληνικού επιχειρηματικού πνεύματος ξεχασμένο κάπου στο παρελθόν... Φέτος, κλείνοντας δέκα χρόνια, από το portfolio της BrandHouse γίνεται σαφές ότι έχει κατακτήσει στην πράξη μια εξειδίκευση στο Εξαγωγικό Marketing, έχοντας δημιουργήσει ελληνικές «μάρκες-κλειδί», μάρκες που διαρκούν στο χρόνο και κάνουν ελληνική αλλά και διεθνή καριέρα. Παρέχουμε υπηρεσίες Product & Corporate Branding & Design, ακολουθώντας τη Μέθοδο της Ολιστικής Αφήγησης της μάρκας και, μέσω του 360° Branding, απευθυνόμαστε σε εταιρείες που αναζητούν συνολική γνώση του αντικείμενου αλλά και αντισυμβατική ματιά, προκειμένου να τις υποστηρίξουν αποτελεσματικά στα εγχειρήματά τους. Η φιλοσοφία της BrandHouse συνοψίζεται στο ότι αντιμετωπίζει κάθε έργο ως αντικείμενο Τέχνης που τολμά να ανατρέπει τα δεδομένα, τη σχέση με κάθε πελάτη ως «συμμαχία διαρκείας» και τη συνεργασία της με το δίκτυο των ταλαντούχων συνεργατών της ως συναρπαστική κοινή εμπειρία.

Μπορείτε να μας αναφέρετε κάποιες από τις συνεργασίες και τις δουλειές σας που ξεχωρίζετε;

Ενδεικτικά, στη διαρκώς αναπτυσσόμενη αγορά εξαγωγών ελληνικού ελαιόλαδου, τις προϊόντικές σειρές Altis International, November Fruits, 3.000 BC. Στον κλάδο του wine marketing, τα πάνω από 10 βραβευμένα και επιτυχημένα wine brands του

Winery Monsieur Nicolas, κρασιά με συναρπαστικά storytellings όπως τα «αυθάδικα» Moi, Je m' En Fous, το εμβληματικό Messenicola, τα Paradise can Wait, Snob, Deucalion, Tales of Blood, Le Petit Cirque κ.ά.

Το Corporate Branding & Design για εταιρείες όπως η ασφαλιστική Alphalife του Ομίλου της Alpha Bank, The Wine Connoisseurs (οινοτουρισμός), The Luxurians (τουρισμός πολυτελείας) VIP Business Consultants, (επιχειρηματική συμβουλευτική), Styleglass (τυπογραφία) κ.λπ.

Και άλλα προϊόντα στις κατηγορίες των Τροφίμων, όπως το διεθνώς βραβευμένο μέλι The Producer, των Καλλυντικών, της Μόδας κ.λπ.

Πώς επηρέασε την ελληνική αγορά Branding & Design η κρίση της πανδημίας; Ποια είναι η εικόνα σήμερα;

Η πανδημία προκάλεσε ένα οικουμενικό σοκ και επηρέασε όχι μόνο τον κλάδο μας και τις αγορές, αλλά και τον τρόπο που ζούμε και θα ζούμε στο μέλλον. Εμείς, έχοντας εκπαιδευτεί από το 2012 στο networking και στο teleworking, πορευτήκαμε με στρατηγική αντοχής και ελπίζουμε ότι σύντομα τα σποραδικά φωτεινά σημάδια τού σήμερα θα γίνουν λάμψη διαρκείας. Γι' αυτό και συνεχίζουμε δυναμικά, πιστεύοντας περισσότερο από ποτέ ότι είναι προνόμιο να μπορούμε να συμμετέχουμε στην καινούργια ιστορία που γράφεται στον τόπο μας για τα αγαθά και τις υπηρεσίες που παράγει, προσαρμοζόμενοι και πάλι στις νέες ανάγκες που θα αναδυθούν την επόμενη μέρα.

CONTACT DETAILS

ΟΝΟΜΑ
THE BRANDHOUSE

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ
Φλωρίνης 69-73, 15235, Βριλήσσια

ΤΗΛΕΦΩΝΟ
210 8035893

EMAIL
info@thebrandhouse.gr

WEBSITE
www.thebrandhouse.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Κατερίνα Τσενεμπή, Founder / Brand Strategist



ALPHALIFE



ALTIS INTERNATIONAL



SNOB



NOVEMBER FRUITS



THE PRODUCER



MOI JE M'EN FOUS!



MESSENICOLA



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Παύλου Μπακογιάννη 28B, 14562, Κηφισιά

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 8086636

E-MAIL

info@antoniaskaraki.com

WEBSITE

www.antoniaskaraki.com

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ρούλα Σικλιβανάκη, General Manager

**the
brand™
team**

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Εθ. Αντιστάσεως 27, 15235, Βριλήσσια

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 6825668, 698 7048476

E-MAIL

info@thebrandteam.com

WEBSITE

www.thebrandteam.com

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Ζωή Κερασιώτη, Owner / Brand Strategist



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Βεΐκου 14, 11147, Γαλάτσι

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 8622098

E-MAIL

splatsis@asterias.gr

WEBSITE

www.asterias.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Σταύρος Πλατοσής, Managing Director

THE B[®]ANDHOUSE
DESIGNING KEY BRANDS

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Φλωρίνης 69-73, 15235, Βριλήσσια

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

210 8035893

E-MAIL

info@thebrandhouse.gr

WEBSITE

www.thebrandhouse.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Κατερίνα Τσενεμπή, Founder / Brand Strategist



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ

Παραδεισιών 16, 11147, Γαλάτσι

ΤΗΛΕΦΩΝΟ

211 2155628, 211 0124290

E-MAIL

info@cloudtrap.gr

WEBSITE

www.cloudtrap.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Φαίδων Αρβανιτάκης, Founder / Visual Designer



DIRECTION
BUSINESS NETWORK

Μικράς Ασίας 43, 15233 Χαλάνδρι
T. +30 210 77 12 400, e-mail: info@direction.gr
www.direction.gr

DIRECTION BUSINESS NETWORK

ΜΙΚΡΑΣ ΑΣΙΑΣ 43, 152 33, ΧΑΛΑΝΔΡΙ, ΤΗΛ.: 210 7712 400, FAX: 210 7785 097, E-MAIL: INFO@DIRECTION.GR, WWW.DIRECTION.GR