

Yayın Adı : BARETDERGISI.COM

Yayın Tarihi : 22.02.2016 00:00:00

Bağlantı : <http://www.baretdergisi.com/haber/-baris-kilic-ve-ufuk-ozkan-gunsanin-reklam-yuzu-oldu/1447/>

Barış Kılıç ve Ufuk Özkan Günsan'ın reklam yüzü oldu! | BARET MAGAZİN; Haberleri

"Geçtiğimiz yıl Schneider Electric tarafından satın alınan anahtar ve priz firması olan Günsan, yeni kurumsal kimliğini tanıtmak amacıyla basın mensuplarıyla bir araya geldi. Firmanın reklam yüzü olan Ufuk Özkan ve Barış Kılıç'ın katılımı toplantıya renk kattı. " 30 yıl önce yerel bir firma olarak çıktığı yolculuğuna artık global bir güçle devam eden Günsan, Schneider'in global pozitif katkılarını yerel tecrübesiyle harmanlayarak Sancaktepe'deki endüstriyel tesisinde evrensel kalite ve standartlarda anahtar-priz üretimi gerçekleştiriyor. Reklam filminde oynayan Barış Kılıç ve Ufuk Özkan Günsan ile tanışma maceralarını anlattı. "Günsan'ı önce reçel firması sandım" Günsan'la tanışma macerasını anlatan Barış Kılıç " İstiklal'de gezerken menajerinin kendisini arayıp Günsan'dan teklif geldiğini söyleyen Barış Kılıç " Günsan'ı önce reçel firması sandım, daha sonra firmayla tanışarak reklam da oynamaya karar verdim. Babalar gibi bir reklam oldu" dedi. "Anne bile olurdu" Bir çok komedi filminde yer alan bir çocuk babası olan Ufuk Özkan bu sefer Günsan'ın reklam filminde oynadı. Baba rolü geldiğinde söyleselerdi anne bile olurdu diyerek toplantıya esprileriyle damgasını vurdu. Babalar gibi kampanya Ailelerin günlük yaşamını kolaylaştırmayı hedefleyen Günsan ürünleri,, son kullanıcı odaklı olup, tasarım ve inavasyonu bir araya getiriyor. Barış Kılıç ve Ufuk Özkan'ın rol aldığı yeni reklam filmlerinde "Babalar Gibi" sloganıyla konumlandırılan markanın babalar gibi güçlü, dayanıklı, sağlam yönü vurgulanıyor ve en yeni serisi Eqona Pratik yeni çözümleri ile tanıtılıyor. Günsan'ın yeni marka hikâyesi "Aile Ruhu" taşıyor Günsan'ın yeni marka hikâyesi ve yönetim modelinin detaylarının paylaşıldığı toplantıda konuşan Günsan CEO'su Stephane Nuss, markanın tüketicileri ve paydaşlarından aldığı ilhamla birlikte yepyeni bir sayfa açtığını anlattı. Nuss, sözlerine şöyle devam etti: "Günsan, tüketici nezdinde samimi, sıcak, insanlara yakın; kısacası aile ruhu olan bir marka. Biz de bu değerler üzerinden tüketicilerimiz ve paydaşlarımız ile çok daha iyi bir ilişki kurmak için çabalıyoruz. Günsan'ın tercih edilen bir marka olarak ulaştığı başarılar hepimize mutluluk veriyor. Marka yolculuğumuza yeni başarılar ekleyerek yolumuza devam edeceğiz. "Glocal bir marka yaratmayı hedefliyoruz" Türkiye çapında 65 bayi ve 50'den fazla ülkeye gerçekleştirdiklerini söyleyen Günsan CEO'su Stephane Nuss, toplamda 50 milyon dolar üzeri satış hacmiyle sektörün önde gelen firmaları arasında yer almayı başardık dedi. Bundan sonra hayata geçirecekleri çalışmalarda markayı daha da güçlendirmeyi hedeflediklerini dile getiren Günsan CEO'su Stephane Nuss" Türkiye'deki konut uygulamaları için bir numaralı elektrik tesisat ürünleri sağlayıcısı olmayı ve Türkiye'yi uluslararası pazarlarda gururla temsil etmeyi amaçlıyoruz. Marka kimliğimizi yenilerken, hem yerel hem de uluslararası pazarlarda rekabet eden "glocal" bir marka yaratmayı hedefliyoruz" dedi.