

GÜNSAN YENİ İLETİŞİM KAMPANYASIYLA SEKTÖRDEKİ YERİNİ GÜÇLENDİRİYOR

Günsan Yeni İletişim Kampanyasıyla Sektördeki Yerini Güçlendiriyor Anahtar ve priz sektörünün öncü firmalarından Günsan, yeni kurumsal kimliğini tanıtmak amacıyla Esmâ Sultan Yalısı'nda medya mensuplarıyla bir araya geldi. 11 Şubat 2016, İstanbul - İstikrarlı büyüme grafiğiyle sektörün öncü markalarından Günsan'ın yeni reklam kampanyasında, Türkiye'nin en sevilen oyuncularından Barış Kılıç ve Ufuk Özkan markanın reklam yüzü oldu. Günsan'ın yerel ruhu Schneider'ın global tecrübesi ile bir araya geliyor Geçtiğimiz yıl Schneider Electric tarafından satın alınan Günsan, 30 yıl önce yerel bir firma olarak çıktığı yolculuğuna artık global bir güçle devam ediyor. Schneider'in global pozitif katkılarını yerel tecrübesiyle harmanlayan Günsan, Sancaktepe'deki endüstriyel tesisinde evrensel kalite ve standartlarda anahtar-priz üretimi gerçekleştiriyor. 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. "Global bir marka yaratmayı hedefliyoruz" Günsan CEO'su Stephane Nuss, "Türkiye çapında 65 bayi ve 50'den fazla ülkeye gerçekleştirdiğimiz toplamda 50 milyon dolar üzeri satış hacmimizle sektörün önde gelen firmaları arasında yer alıyoruz. Bundan sonra hayata geçireceğimiz çalışmalarımızla markamızı daha da güçlendireceğiz. 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 "global" bir marka yaratmayı hedefliyoruz" dedi. "Babalar gibi" kampanya Günsan'ın son kullanıcı odaklı ürünleri, tasarım ve inovasyonu bir araya getirirken, kullanıcıların hayatına değer katmayı ve ailelerin günlük hayatını kolaylaştırmayı hedefliyor. 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. Dekor üretim süresinin 15 gün sürdüğü reklam filminin provaları 4 gün önceden başladı. Çekimi için yaklaşık 55 kişilik bir ekibin çalıştığı film, yaklaşık 15 saatte tamamlandı. Dekorda kullanılan bonzai ağacı Bursa'dan getirildi ve özel bir odada, ideal sıcaklıkta muhafaza edildi. Çekimde kullanılan ürünler ise Günsan portföyünde bulunan 17.000 ürün arasından seçildi. Yeni marka kimliği bayiler tarafından beğenildi Günsan, yeni marka kimliği ile ilgili ilk lansman heyecanını Türkiye'nin dört bir yanından gelen 45 bayisinin katılımı ile Dubai'de gerçekleştirdi. Yeni ürün portföyünün tanıtıldığı ve markanın kurumsal kimlik çalışmalarının paylaşıldığı toplantıya bayilerin katılımı oldukça yüksekti. Geçen senelerde olduğu gibi bu sene de bayiler bu büyük buluşmaya aileleri ile beraber katıldı. Bu buluşmada bayiler, Günsan'ın dört alt markası olan Eqona, Visage, Fantasy ve Valta hakkında bilgi sahibi olurken, Valta grubundaki yeni seri şalt ürünlerinin de lansmanı gerçekleştirildi.