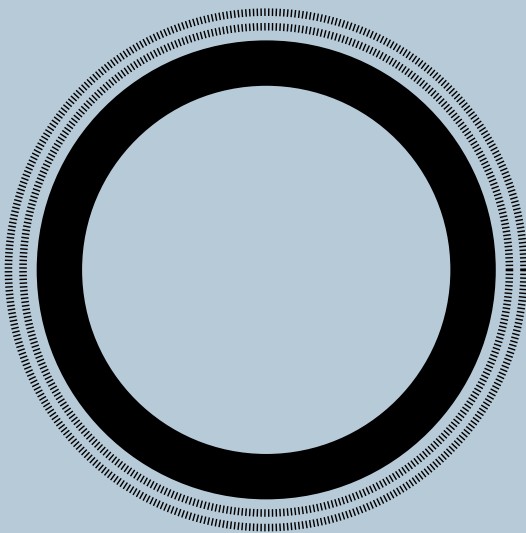
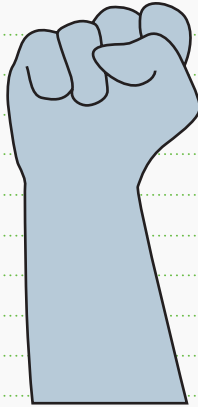


THE  
GUIDE TO  
BETTER  
VISIONING

**GUERRILLA**

**MARKETING**

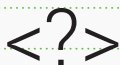




# GUERRILLA MARKETING

Σε κάθε οικογένεια υπάρχει ένα παιδί επαναστάτης, ένα παιδί που θα κάνει αυτό που είναι να κάνει χωρίς να υπακούει στους γενικούς κανόνες.

Ένας «αντάρτης» αν προτιμάτε. Έτσι και στη διαφήμιση, κάποια στιγμή κάποιοι ενδιαφέρθηκαν για όλες εκείνες της επιχειρήσεις που δεν είχαν την οικονομική άνεση να πληρώσουν τηλεοπτικό χρόνο, θέσεις σε ακριβά έντυπα, σε γνωστά ραδιόφωνα. Και επινόησαν ένα νέο είδος διαφήμισης την αντάρτικη διαφήμιση. Και μην σας σοκάρει ο τίτλος μια και είναι ο επίσημος όρος, Guerilla σημαίνει αντάρτης ή απείθαρχος στρατιώτης ή αν ήταν είδος πολέμου κλεφτοπόλεμος.



Τι κάνει όμως αυτό το είδος ξεχωριστό; Τόσο ξεχωριστό που ακόμα και τεράστιες πολυεθνικές που έχουν οικονομικές αντοχές να αγοράσουν κανάλι και όχι απλώς να πληρώσουν το τηλεοπτικό χρόνο να διαφημίζονται και με αυτό το τρόπο.

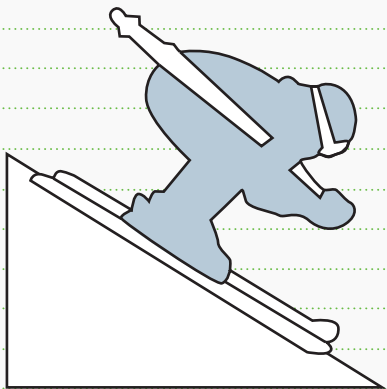
Είναι η αντισυμβατικότητα του μηνύματος, ο επαναστατικός και πολλές φορές ακραίος τρόπος που προσπαθεί να περάσει το μήνυμα, είναι το buzz που δημιουργεί, ακόμα και το αναγκαίο τσαλάκωμα του image μια τεράστιας επιχείρησης για να μοιάζει πιο ανθρώπινη και πιο φιλική προς το κοινό της. Όμως για μεγάλη επιχείρηση είναι απλώς μια πρόσθετη κίνηση επικοινωνίας. Για μια μικρή και μεσαία επιχείρηση όμως όπως και για μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς κλπ είναι η μόνη διαφήμιση που μπορούν να έχουν.

<?>

**Γιατί όμως καταφέρνει να δημιουργεί αυτό του είδους marketing τέτοιο virality πριν καν την ύπαρξη του όρου virality;**

Επειδή κάνει χρήση οποιοδήποτε μέσου ως κομμάτι του μηνύματος χρησιμοποιεί τον δρόμο τόσο καλά που άνθρωποι τραβούν φωτογραφίες, βίντεο τα μοιράζονται στο διαδίκτυο από μόνοι τους, το συζητάνε με τους φίλους τους.

Και όπως πραγματικά έχει συμβεί, μια εταιρία εκμάθησης σκι στην Αυστρία εκμεταλλεύτηκε τον καιρό και τα παρμπρίζ των αυτοκινήτων για να διαφημιστεί. Έτσι τύπωσε μικρούς σκιέρ και μια μικρή ενημερωτική καρτέλα που ανάφερε μόνο στο site της στήριξε τους μικρούς σκιέρ στο παρμπρίζ των αυτοκινήτων έτσι μόλις χιονισε και το έστρωσε, στο αυτοκίνητο έβλεπες μικρούς σκιέρ να κάνουν σκι στο παρμπρίζ του αυτοκινήτου. Μην μου πείτε ότι δε θα μπαίνατε στον κόπο να κοιτάξετε λίγο πιο σοβαρά αυτή τη διαφήμιση ή ότι δε θα το λέγατε στους φίλους ή ότι δεν θα τη θυμόμασταν αν τελικά αποφασίζατε μια μέρα να μάθετε σκι.

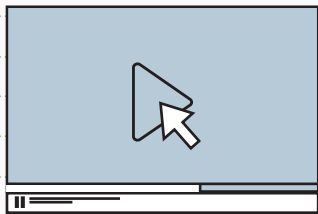
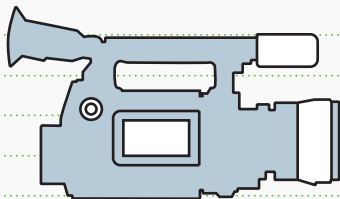




Αυτό είναι το Guerilla Marketing θα μετατρέψει μια μπάλα μπάσκετ σε διαφήμιση για καθαρότερο δέρμα, ένα παγκάκι σε συσκευασία kit-kat, έναν φουντωτό θάμνο σε διαφήμιση κομμωτηρίου. Με χρήση εικόνας και κειμένου που χρειάζεται στο χώρο και στο χρόνο αδιαφορώντας για τους κανόνες της διαφήμισης και της ορθής εικονογράφησης.

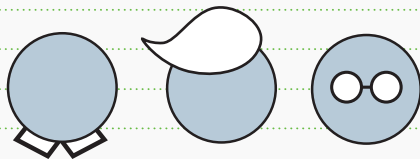
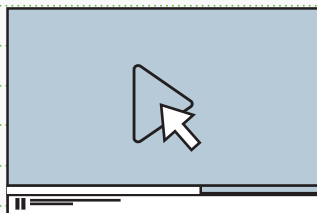
**Και ναι μπορεί να πιστεύετε ότι στην εποχή του διαδικτύου μια τέτοιου είδους διαφήμιση ίσως είναι ξεπερασμένη, αλλά τώρα είναι πιο αναγκαία από ποτέ.**

Πατί αν υποθέσουμε ότι κάνετε ένα live act με χώρο για να προωθήσετε το brand σας και φυσικά θα το κινηματογραφήσετε.



Ωστόσο, η αντίδραση του κόσμου σε μια τέτοια κίνηση, ειδικά αν το βίντεο ανέβει άμεσα από την εταιρία, συνήθως μαζεύει σχόλια του τύ-

που «Τι άλλο θα κάνετε για να πουλήσετε» «Πιο στημένο πεθαίνει» και και και... Τι γίνεται όμως αν το ανεβάσει ένας φίλος τους, ένας «άγνωστος και τυχαίος» χρήστης, ή «τυχαία πάντα» κάποια ενημερωτικά ανεβάσουν τα βίντεο των χρηστών με έναν τίτλο «Σήμερα το πρωί στο σταθμό έγινε κάτι που θα θυμόμαστε για καιρό»;



Το feedback θα είναι κάπως έτσι: **«Τέλειο!!!!!!», «Μακάρι να ήμουν και εγώ εκεί» «Στο κλέβω, το βάζω στον τοίχο μου»**. Μετά μπορείτε αφού έχει πάρει το απαραίτητο virallity και την απόστομα-σε-στόμα διάδοση, να εκμεταλλευτείτε και τα δικά σας αποτραβηγμένα πλάνα.

Ακόμα μία καλή στρατηγική, μιας και είμαστε αντάρτες, είναι ο συνδυασμός μιας online καμπάνιας με μια Guerilla ενέργεια, που θα μας φέρει τα διπλάσια αποτελέσματα απ' ό,τι το κάθε ένα μεμονωμένα. Στον κόσμο αρέσει να κάνει πράγματα. Καλό θα ήταν να μην το ξεχνάμε και να μην υποτιμούμε τη δύναμη του κόσμου.

Καμιά φορά οι πιο ανορθόδοξες τακτικές, οι πιο φτηνές λύσεις, ή απλά πραγματικές έξυπνες ιδέες έχουν αποτελέσματα που δεν περιμέναμε σε σχέση με το κόστος και αυτό γιατί το guerilla marketing από την φύση του στοχεύει σε μια πραγματική διάδραση του κοινού με τη διαφήμιση, στην οποία όντως νιώθει ότι γίνεται κομμάτι του μηνύματος ή απλά τον διασκεδάζει τόσο ώστε να αδιαφορεί για το αν άθελά του γίνεται ζωντανή διαφήμιση, ή για το ότι πλέον είναι και αυτός ένας «αντάρτης».

**Τι λέτε λοιπόν πάμε πόλεμο; Πάμε να κατακτήσουμε τα πιο δύσβατα βουνά της διαφήμισης και του marketing;** Το μόνο που χρειάζεται είναι μια μικρή άγνοια φόβου, λίγο παραπάνω ρίσκο, πολλή δημιουργικότητα και είμαστε έτοιμοι. Ο πόλεμος αυτός είναι διασκεδαστικός και αναίμακτος.

Φύγαμε για τον δρόμο;





info@blindstudio.gr / +30 2310 515206  
Valaoritou 7 / Thessaloniki / GR  
www.blindstudio.gr

**Blind**<sup>+</sup>  
CREATIVE STUDIO