13 Ιουνίου, 2017

“Το Μέλλον Ανήκει σε Όλους”: Η Opel Παρουσιάζει Νέο Δόγμα και Λογότυπο Μάρκας και Νέα Καμπάνια Insignia με τον Jürgen Klopp

* Η Opel υπόσχεται να κάνει τις μελλοντικές τεχνολογίες προσιτές σε όλους
* ‘Καινοτομίες για τον άνθρωπο’ - Φιλοσοφία βαθιά ριζωμένη στην ιστορία της μάρκας
* Από κατασκευάστρια αυτοκινήτων εξελίσσεται σε πάροχο συνδεδεμένης μετακίνησης
* Νέο Opel Blitz συμβολίζει τη σαφήνεια και τη σύγχρονη αισθητική αντίληψη
* “Γερμανική τεχνολογία για όλους” - Νέα καμπάνια Insignia με τον Jürgen Klopp

“Το μέλλον ανήκει σε όλους” είναι το νέο δόγμα της Opel και αποτυπώνει τις προσδοκίες της εταιρείας. Η Opel εκδημοκρατίζει τις μελλοντικές τεχνολογίες και τις κάνει προσιτές σε όλους. Αυτή η φιλοσοφία είναι βαθιά ριζωμένη στην ιστορία της μάρκας και τεκμηριώνεται από ορόσημα όπως η καθιέρωση του τριοδικού καταλυτικού μετατροπέα (1989), η τοποθέτηση αερόσακων κανονικού μεγέθους σε όλα τα επιβατικά αυτοκίνητα (1995), το ντεμπούτο του συστήματος προσωπικής υποστήριξης και συνδεσιμότητας Opel OnStar (2015) και το λανσάρισμα του επαναστατικού ηλεκτρικού αυτοκινήτου Opel Ampera-e με αυτονομία 520 km (σύμφωνα με τον κύκλο NEDC). Η cross-media καμπάνια για τη νέα ναυαρχίδα Insignia είναι η πρώτη που περιλαμβάνει το νέο δόγμα τα μάρκας και το ανανεωμένο λογότυπο Opel με το σήμα του κεραυνού. Ο Jürgen Klopp είναι ο ιδανικός πρεσβευτής του νέου δόγματος της μάρκας.

Η βιομηχανία αυτοκινήτου αλλάζει ταχύτερα και πιο δραστικά από ποτέ. Το όχημα δεν βρίσκεται πλέον στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος. Μετατοπίζεται πλέον στην ανθρώπινη μετακίνηση. Μία εκ βάθρων αλλαγή φιλοσοφίας! Το ‘μηχανικό’ γίνεται ‘ψηφιακό’, το ‘καύσιμο’ αντικαθίσταται από τον ‘ηλεκτρισμό’, και η ιδιοκτησία αυτοκινήτων δίνει τη θέση της σε λύσεις μετακίνησης προσαρμοσμένες στις εκάστοτε ανάγκες. «Το νέο δόγμα ‘Το μέλλον ανήκει σε όλους’ πηγάζει από την ψυχή της Opel. Είναι δέσμευση, ‘θέση’ και υποχρέωση – κάτι πολύ περισσότερο από μία απλή προϊοντική υπόσχεση,» δήλωσε η Διευθύντρια Μάρκετινγκ της Opel, Tina Müller. «Η μάρκα είναι πρωτοπόρος στον εκδημοκρατισμό καινοτομιών. Ανέκαθεν κάναμε τις premium τεχνολογίες προσιτές στο ευρύ κοινό. Το νέο δόγμα γεφυρώνει την ιστορία της Opel με το μελλοντικό πρόγραμμα της μάρκας. Αυτό μας οδηγεί και ταυτόχρονα αποτελεί σύμβολο της μάρκας» πρόσθεσε η Tina Müller.

**Πέντε λέξεις, ένα μήνυμα: η Opel προσφέρει καινοτομίες σε όλους**

Το νέο δόγμα υπογραμμίζει τις δύο πλευρές της ‘τοποθέτησης’ (positioning) της μάρκας Opel: “*Το μέλλον …*” δείχνει ότι οι προηγμένες λύσεις μετακίνησης είναι εφικτές μόνο με συνεχείς καινοτομίες, κάτι για το οποίο η Opel αγωνίζεται καθημερινά. Το “*… ανήκει σε όλους*“ τονίζει ότι αυτές οι λύσεις και οι μελλοντικές τεχνολογίες δεν είναι αποκλειστικές μόνο για ολίγους και εκλεκτούς αλλά προορίζονται για όλους. «Το μέλλον δεν είναι μία ελιτίστικη πολυτέλεια αλλά ποιότητα ζωής για όλους» δήλωσε η Tina Müller. Η Opel ήταν ανέκαθεν πρωτοπόρος στον εκδημοκρατισμό καινοτομιών και premium τεχνολογιών. Η καθιέρωση του τριοδικού καταλυτικού μετατροπέα και η τοποθέτηση αερόσακων κανονικού μεγέθους σε όλα τα επιβατικά αυτοκίνητα είναι ορόσημα στους τομείς περιβαλλοντικής προστασίας και ατομικής ασφάλειας. Πρόσφατα παραδείγματα είναι οι πρωτοποριακοί προβολείς IntelliLux LED® matrix στις κατηγορίες μεσαίων και συμπαγών μοντέλων, το σύστημα προσωπικής συνδεσιμότητας και υποστήριξης Opel OnStar και το επαναστατικό ηλεκτρικό αυτοκίνητο Opel Ampera-e. Οι τεχνολογίες αυτές κάνουν την οδήγηση ασφαλέστερη και πιο ευχάριστη, δηλαδή καλύτερη για τον άνθρωπο. «Οι καινοτομίες που θέλουμε να προσφέρουμε δεν εξελίσσονται από μηχανικούς για μηχανικούς, αλλά από μηχανικούς για τον άνθρωπο» δήλωσε η Tina Müller. Γι’ αυτό, η Opel επιθυμεί να συμβάλλει θετικά σε ένα πιο ανθρώπινο κόσμο μετακίνησης. Έναν μελλοντικό κόσμο με αυτόνομα, ηλεκτρικά οχήματα, με τα οποία οι άνθρωποι θα μπορούν να κινούνται συνεχώς και να είναι συνδεδεμένοι μεταξύ τους – σύμφωνα με το δόγμα “*Το μέλλον ανήκει σε όλους*”.

«Αυτό το δόγμα της μάρκας είναι μία εξωστρεφής προσέγγιση και μία εσωτερική αποστολή: Επίσης στέλνει ένα ηχηρό μήνυμα στους εργαζομένους μας, οι οποίοι δίνουν καρδιά και ψυχή δουλεύοντας για το μέλλον σε καθημερινή βάση» πρόσθεσε η Tina Müller. Το νέο σλόγκαν δημιουργήθηκε σε συνεργασία με την Scholz & Friends. Η εταιρεία είχε αναλάβει την καμπάνια ‘Umparken im Kopf’ το 2014, μία από τις πιο επιτυχημένες αυτοκινητιστικές καμπάνιες στη Γερμανία που συνετέλεσε στην ανάκαμψη της Opel. «Το ’Umparken im Kopf’ συμβόλιζε ένα νέο τρόπο σκέψης που υπερνικά την προκατάληψη. Το σλόγκαν ‘Το μέλλον ανήκει σε όλους’ συμβολίζει την πεποίθηση ότι μπορούμε να είμαστε κυρίαρχοι του μέλλοντος μόνο ενωμένοι. Και τα δύο σλόγκαν έχουν ένα κοινό: Ενσαρκώνουν μία φιλοσοφία που υπερβαίνει τη μάρκα και προχωρά πέρα από την κατηγορία ‘αυτοκίνητο’,» δήλωσε ο Frank-Michael Schmidt, CEO της Scholz and Friends.

Το ξεκίνημα μιας νέας εποχής υποδηλώνει και το νέο Opel Blitz. Η έμφαση δίνεται στην ουσία. Γι’ αυτό και οι οδηγίες για τον επανασχεδιασμό του λογοτύπου της Opel ήταν η σαφήνεια και η απλότητα. Επομένως, όλα τα κανάλια επικοινωνίας θα χρησιμοποιούν από σήμερα ένα λογότυπο Opel με ‘καθαρή’ 2D εμφάνιση. Προφανώς, τα βασικά συστατικά στοιχεία του λογοτύπου της Opel παραμένουν – με τον κύκλο ως σύμβολο του τροχού και την αστραπή ως δείγμα καθαρής ενέργειας. Αναγνωρίσιμο με μια ματιά: απλό – σαφές – ξεκάθαρο.

**Πώς επιτυγχάνεται ένα σύγχρονο ηγετικό στυλ: Νέο Insignia με premium τεχνολογία για όλους**

Το νέο Opel Insignia αποτυπώνει ακριβώς τι σημαίνει αυτό το δόγμα από πλευράς προϊόντος. Το νέο μοντέλο είναι το πρώτο αυτοκίνητο μαζικής παραγωγής με το νέο λογότυπο – σ’ αυτή την περίπτωση σε 3D – και προσφέρει τη μεγαλύτερη γκάμα ευφυών τεχνολογιών από οποιοδήποτε άλλο μοντέλο της κατηγορίας. Μεταξύ αυτών είναι το πρωτοποριακό σύστημα φωτισμού IntelliLux LED® matrix, ένα υπερσύγχρονο σύστημα, ευφυή συστήματα υποστήριξης οδηγού και οθόνη head-up. Μία ελκυστική προσφορά κυρίως για πελάτες που μέχρι τώρα δείχνουν περισσότερο ενδιαφέρον για πολυτελείς premium μάρκες. Με άλλα λόγια, το νέο Insignia είναι πραγματικός ηγέτης – που κατασκευάζεται στη Γερμανία. Συνεπώς, η νέα καμπάνια επικοινωνίας 360-μοιρών ανοίγει με το σλόγκαν “Γερμανική τεχνολογία για όλους” και τον πρεσβευτή της Opel, Jürgen Klopp σε πρωταγωνιστικό ρόλο.

Η πρωτότυπη [κύρια διαφήμιση](https://www.youtube.com/watch?v=I8CngJUi78A&feature=youtu.be) της καμπάνιας το επιβεβαιώνει: «Υπάρχει ένα νέο ηγετικό στυλ. Εξουσιαστικό – αλλά όχι αυταρχικό. Υπολογιστικό – αλλά όχι ασυναίσθητο. Με το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον – αλλά για όλους. Το νέο Insignia. Γερμανική τεχνολογία για όλους.» Να ηγείσαι, να ενθαρρύνεις και να μην αφήνεις κανέναν πίσω. Το νέο Insignia είναι ακριβώς για τέτοια άτομα, επειδή είναι ένα αυτοκίνητο που απευθύνεται σε όσους γνωρίζουν τι πραγματικά μετράει. Ποιος θα μπορούσε να το εκπροσωπεί καλύτερα από τον προσηνή και αντισυμβατικό Jürgen Klopp;

«Ήρθε η ώρα για ένα νέο στυλ ηγεσίας. Αυτό ενσαρκώνεται από όλα τα προϊόντα μας, και κυρίως από το νέο Insignia – που σχεδιάστηκε, εξελίχθηκε και κατασκευάζεται στο Rüsselsheim. Προϊόν Γερμανικής μηχανολογίας, η ναυαρχίδα μας προσφέρει premium μέχρι πρότινος γνωστή μόνο από πολυτελή αυτοκίνητα. Συμβατικά όρια; Υπάρχουν για να ξεπερνιούνται» σχολιάζει η Διευθύντρια Μάρκετινγκ της Opel, Tina Müller.

Επομένως, το σλόγκαν “Γερμανική τεχνολογία για όλους” είναι στην καρδιά της ολοκληρωμένης καμπάνιας επικοινωνίας 360 μοιρών για το νέο Insignia, που ξεκινά τώρα σε όλα τα Μέσα – από τηλεόραση, internet και social media, μέχρι ραδιόφωνο, έντυπες διαφημίσεις και αφίσες.

**Βίντεο καμπάνιας: το νέο Insignia εκμεταλλεύεται τα πλεονεκτήματά του**

Το νέο Insignia είναι ένας πραγματικός ‘ομαδικός παίκτης’ που επιτρέπει νέες δυνατότητες. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τις άλλες διαφημίσεις με θέμα τις καινοτομίες της ναυαρχίδας της Opel: premium τεχνολογίες που προσφέρουν στο Insignia πλεονέκτημα και κατ’ επέκταση βοηθούν όσους βρίσκονται στο δρόμο.

Οι νέοι ‘ηγέτες’ έχουν ευρύ πεδίο ορατότητας και δεν χάνονται στο σκοτάδι – με το πρωτοποριακό [σύστημα φωτισμού LED Matrix](https://www.youtube.com/watch?v=rwgOAyh3-a4&index=2&list=PLBDE5C50E1CE600B9) . Επιπλέον, ηγούνται της κούρσας – χωρίς να εκτρέπονται από την πορεία τους, χάρη στο προηγμένο σύστημα τετρακίνησης με [έλεγχο κατανομής ροπής Twinster](https://www.youtube.com/watch?v=9kPRd5zqRh0&index=7&list=PLBDE5C50E1CE600B9). Θέλετε να κάνετε κράτηση σε δωμάτιο ξενοδοχείου ενώ οδηγείτε; Κανένα πρόβλημα με το OnStar[[1]](#footnote-1). Υπηρεσίες που κάνουν τη ζωή ευκολότερη – για όλους.

Πρόσθετα πλεονεκτήματα του νέου Insignia προβάλλονται online. Στο [YouTube](https://www.youtube.com/playlist?list=PLBDE5C50E1CE600B9), οι χρήστες του διαδικτύου μπορούν να βλέπουν πώς το Insignia προσφέρει [ανέσεις κατηγορίας business](https://www.youtube.com/watch?v=yPFfIOYNL6s&list=PLBDE5C50E1CE600B9&index=6)  και δίνει [προτεραιότητα στην ασφάλεια](https://www.youtube.com/watch?v=upL0bzC7SsA&list=PLBDE5C50E1CE600B9&index=3) σε έξι βίντεο με θέμα τα εργονομικά premium καθίσματα AGR, την αυτόματη πίσω πόρτα, και το αυτόματο φρενάρισμα έκτακτης ανάγκης με αναγνώριση πεζών. Το Insignia προσφέρει [συνδεσιμότητα πρώτης κατηγορίας](https://www.youtube.com/watch?v=SdKHQrFEAOc&list=PLBDE5C50E1CE600B9&index=4) με IntelliLink και ενσωμάτωση smartphone καθώς και Opel OnStar, που περιλαμβάνει 24ωρη υποστήριξη έκτακτης ανάγκης και νέες υπηρεσίες όπως κράτηση δωματίου σε ξενοδοχείο και ανεύρεση χώρου στάθμευσης[[2]](#footnote-2).

**Καμπάνια στα Social media: “Το αφεντικό έχει πάντα την τελευταία λέξη: ευχαριστώ!”**

Η Opel εξηγεί ότι η νέα γενιά Insignia εκπροσωπείται με μηνύματα προσαρμοσμένα στα target group και ‘ειδικές οδηγίες’ σε κανάλια των social media, όπως Facebook και LinkedIn. Αστείες ατάκες όπως “Το αφεντικό έχει πάντα την τελευταία λέξη: ευχαριστώ” δείχνει ότι οι ‘ομαδικοί παίκτες’ καταφέρνουν περισσότερα στη ζωή τους. Το νέο Opel Insignia είναι τέλειο παράδειγμα, με μία σπορ, ελκυστική εμφάνιση, πληθώρα κορυφαίων τεχνολογιών και απέριττη γοητεία.

Όπως και στις υπόλοιπες καμπάνιες της Opel, η δημιουργική εταιρεία Scholz & Friends Hamburg είναι υπεύθυνη για την καμπάνια 360 μοιρών του Insignia. Ο Δημιουργικός Διευθυντής Niels Alzen δήλωσε: «Το νέο Insignia δεν είναι αυτοκίνητο για αυταρχικά άτομα! Σε ένα κόσμο, τον οποίο μερικοί θα ήθελαν να εξουσιάζουν ως μονάρχες, αυτό είναι ένα ισχυρό και επίκαιρο μήνυμα. Με την καμπάνια του Insignia σε στυλ blockbuster προτρέπουμε ένα πιο συλλογικό ηγετικό στυλ.»

Με το νέο δόγμα της Opel “*Το μέλλον ανήκει σε όλους*” σαν δέσμευση, ‘θέση’ και υποχρέωση μαζί με τη μεγαλύτερη προϊοντική επέλαση στην ιστορία της εταιρείας (“7 το 17”) η μάρκα είναι άριστα προετοιμασμένη για το μέλλον.

**Υπεύθυνη επικοινωνίας:**

Αμαλία Γιαννακοπούλου

+30-210-6164646   
Διευθύντρια Επικοινωνίας   
[amalia.ag.giannakopoulou@opel.com](mailto:amalia.ag.giannakopoulou@opel.com)

1. Μέσω Booking.com. Απαιτούνται διεύθυνση e-mail και πιστωτική κάρτα. [↑](#footnote-ref-1)
2. Μέσω Parkopedia. [↑](#footnote-ref-2)