

Kirol-marken hainbat sortzaile Donostian bilduko dira, beren esperientzia arrakastatsuak kontatu eta zaletasuna sortuz nola egin negozioa azaltzeko.

2012/06/13

Emozioekin, pertzepzioekin, garaipenekin, kirolari ospetsuekin... lotzen ditugu. Marka handiak dira, eta horietako asko kirolarekin daude lotuta. Ostegunean, ekainak 14, Mondragon Unibertsitateak, Gipuzkoako Ganberak eta AZK enpresak "Kirol Branding-eko" –marka bat sortu eta eraikitzeko prozesua– hainbat aditu bilduko dituzte Donostiako Kurasaal Jauregian. Ekitaldiaren VII. edizioa izango da eta goiburua hauxe da: "Marka, zaletasun-sortzaile". Izan ere, jardunaldiko txostengileek, ezagutaraziko dituzten kasu arrakastatsuen bidez, bertaratuak ohartaraziko dituzte marka funtsezko balio estrategikoa dela, gero eta merkatu globalago eta konplexuetan lehiatzeko.

Gehiegizko lehia eta produktu, ondasun eta zerbitzuen eskaintza homogenea ezaugarri dituen mundu batean bereizi beharra dago eta, horretarako, enpresek ondo kudeatu behar dute beren marka, publikoaren gogoan iraungo duten esperientziak, balioak, emozioak etab. oinarri hartuta.

Jardunaldiaren helburua bertaratuari esperientzia zehatzak eskaintzea da, marka eremu eta sektore berezietan kudeatzen ikasteko, helburu nagusi batekin: balioa sortzea, enpresak, sorkuntza eta kudeaketa estrategikoaren bidez, marka-irudi sendoa eta sinesgarria eman dezan.

Hala, ekitaldiak hainbat ikuspegitik helduko dio markaren gaiari: lehena herrialdea/lurraldea da eta Andorra eta eskia izango ditu adibide; bigarrena branding soziala edo kausa-brandinga da eta horren erakusgarria Peio Ruiz Cabestany txirrindulari ohia izango da, eta hirugarrena marka kirol batekin lotzea da, eta Pukasen eta surfaren kasuak argituko du.

Jardunaldia eta hizlariak

Jardunaldiari hasiera emateko, 9:30ean horren aurkezpena egingo dute Mondragon Unibertsitateko Josu Zabalak, Gipuzkoako Ganberako Berrikuntza eta Ezagutza zuzendari Ana Ugaldek eta AZK-ko bazkide sortzaile Dani Miguelezek.

Horren ondoren, 9:45etik-11:00etara txosten nagusia aurkeztuko du Esteve Calzadak: "Nola kudeatu marka bat kirolaren munduan/Cómo gestionar una marca en el mundo del deporte". Bere esperientzian oinarrituta, marka pertsonalak, taldeenak eta marka nazioarteko merkatura egokitzeko estrategiak landuko ditu. Esteve FC Barcelonako marketin-zuzendari nagusia izan zen 2002-2007 aldian, eta Prime Time Sport enpresako egungo kontseilari delegatua eta sortzailea da. Bezeroen artean Messi, Eto'o edo Raúl ditu, eta "Show me the Money! Cómo conseguir dinero a través del marketing deportivo" liburuen egilea da.

11:30ean, Andorrako Turismo Bulegoko gerente Betim Budzaku-k hango ikuspegitik landuko du markaren gaia. "Andorra/ski: la unión de marcas hace la fuerza" izenburupean, naturaren eta kirolaren inguruan ardazteko helburuz, Andorrek helburu turistiko gisa izan duen posizionamendu-aldaketa azalduko du. Budzaku PortAventurako Merkataritza eta Marketin zuzendaria izan da (2008).

12:00etan, Peio Ruiz Cabestany txirrindulari ohiak "Branding soziala" hitzaldia emango du. Marka propio gisa izan duen esperientziaz eta gaur egun gizarte-gaiekin, batik batik Etiopia Utopia GKEarekin, dituen loturez mintzatuko da.

Adur Letamendiaren hitzaldiaren ardatza "Surfa, bogan dagoen kirola"



izango da (12:30). Adur Letamendia Pukaseko komunikazio-zuzendaria eta fundatzailearen, Iñigoren, semea da. Surfaren munduan jaiotako eta errotutako enpresa horren ibilbidearen nondik norakoak azalduko ditu.

Jardunaldiari bukaera emateko, co-branding edo babesletzari buruzko mahai-ingurua egingo da. BAT Basque Team taldearen izenean, Ekaitz Saies piraguitak hartuko du parte, eta Ternua etxearen ordeztan, Alberto Iñurrategik. Jakinekoez, BAT Basque Team taldeak Euskadin goimailako kirola sustatzea du helburu eta euskal kirolaririk onenak hartzen ditu barne.