

στο μικροσκόπιο...



Όλοι τις ξέρουμε, όλοι τις εμπιστευόμαστε. Βρίσκονται τριγύρω μας: στο σπίτι, στο σούπερ μάρκετ, στην τηλεόραση, στους δρόμους. Αυτό που δεν ξέρουμε οι περισσότεροι είναι η ιστορία τους... το μυστικό της επιτυχίας τους. Τα γνωστά ονόματα προϊόντων κρύβουν περιπέτειες που εξελίχθηκαν σε μύθους. Το βιβλίο «Γνωστά ονόματα άγνωστες ιστορίες» του Ιωάννη Ν. Πρωτοπαπαδά-

κη που κυκλοφορεί από τις εκδόσεις Σταμούλη ξετυλίγει τον μίτο των ιδεών από τις οποίες έχουν προκύψει οι πιο επιτυχημένες μάρκες. Πότε και πως ξεκίνησαν προσπάθειες μέσα σ' ένα αντοσχέδιο εργαστήριο ή στην κουζίνα του σπιτιού και πώς επένδυσαν χρήμα, χρόνο και προσπάθεια στο εγχείρημά τους. BMW, Bulgari. Estee Lauder, Gillette, Johnnie Walker, Nokia, Sony και άλλες 60

πασίγνωστες μάρκες «αποκαλύπτονται» στις σελίδες του βιβλίου: Αφανείς ήρωες, τρελά όνειρα τυχαίες ανακαλύψεις, κόντρες, έμφυτο ταλέντο ανάγκες που ώθησαν ανθρώπους να δημιουργήσουν τις εταιρίες τους και να φτάσουν στην παγκόσμια αναγνώριση. Εδώ παρουσιάζονται 4 ιστορίες μεγάλων εταιριών. Περίεργες, συναρπαστικές, κωμικές, αλλά πέρα για πέρα αληθινές ιστορίες.

Γνωστά ονόματα άγνωστες ιστορίες

Adidas

Ο Άντολφ Ντάσλερ ξεκίνησε ως μπαλωματής σε μια χτυπημένη από τον πόλεμο Γερμανία. Τα χρόνια εκείνα βοηθούσε την οικογένεια του να φτιάξει σουλπά ενώ ταυτόχρονα κολούσε και έραβε παπούτσια.

Στα 20 του χρόνια έφτιαξε το πρώτο παπούτσι για στίβο. Μετά από τέσσερα χρόνια ίδρυσε με τον αδερφό του την Gebruder Dassler OHG. Ο Ντάσλερ έδινε ιδιαίτερη έμφαση στην απόδοση και την ασφάλεια του παπουτσιού, καθώς έπαιρνε την γνώμη από γιατρούς, προπονητές και αθλητές προκειμένου να τον βοηθήσουν να φτιάξει το κατάλληλο παπούτσι.

Στην Ολυμπιάδα του 1936 στο Βερολίνο τα παπούτσια των Ντάσλερ αποθεώθηκαν γιατί ο Τζεσσε Όουενς που τα φορούσε κέρδισε τέσσερα χρυσά μετάλλια. Οι Ντάσλερ ήταν ήδη διάσημοι αφού είχαν σχεδιάσει υποδήματα για έντεκα διαφορετικά αθλήματα.

Το 1948, ύστερα από έναν ιστορικό καβγά τα δυο αδέρφια χώρισαν και ο Ρούντολφ έφτιαξε την δικιά του εταιρία αθλητικών ειδών και την ονόμασε, PUMA. Ο Άντι δημιούργησε την Adidas και ένα χρόνο αργότερα κατασκεύασε τα πρώτα ποδοσφαιρικά παπούτσια. Η αποτελεσματικότητα των παπουτσιών της Adidas φαινόταν από τα χρυσά μετάλλια, τα παγκόσμια ρεκόρ, τις ατομικές επιδώσεις των αθλητών με αποκορύφωμα την κατάκτηση του Παγκοσμίου Κυπέλλου από την ομάδα της Γερμανίας.

Το 1972 η Adidas έγινε ο επίσημος προμηθευτής των Ολυμπιακών αγώνων στο Μόναχο ενώ την ίδια χρονιά δημιουργήθηκε το σήμα με το «τρίφυλλο» που σήμερα το έχουν μόνο τα ιστορικά παπούτσια της εταιρίας όπως είναι τα Stan Smith.

Ο Άντι Ντάσλερ πέθανε το 1956 έχοντας κατοχυρώσει τουλάχιστον 700 πατέντες. Το πάθος του φτωχού μπαλωματή για το στίβο, τον βοήθησε να φτιάξει μια ολόκληρη βιομηχανία και να γράψει το όνομα του με χρυσά γράμματα...

Coca - Cola:

Ξεκίνησε σαν φάρμακο

Στις 8 Μαΐου του 1886, στην Ατλάντα της Αμερικής, ο φαρμακοποιός Τζόν Πέμπερτον, ήθελε να φτιάξει ένα σκεύασμα για την καταπολέμηση των πονοκεφάλων και την τόνωση του οργανισμού. Είχε ήδη φτιάξει ένα ποτό, το Pemberton's French Wine Coca, που διατίθετο σε όλα τα φαρμακεία, όμως ένας νόμος που απαγόρευε το αλ-

κοόλ τον ανάγκασε να κάνει ορισμένες τροποποιήσεις στην συνταγή του.

Ο 56ος φαρμακοποιός μετέφερε το σκουρόχρωμο αρωματικό μείγμα στο κατάστημα ενός συναδέλφου, συμβουλευόντας να το διαθέτει στους πελάτες με νερό. Μια μέρα κατά λάθος αντί για νερό πρόσθεσαν ανθρακούχο νερό, το οποίο της έδωσε καλύτερη γεύση. Την ίδια χρονιά ο Πέμπερτον πούλησε 25 γαλόνια του σιροπιού, με κέρδος ... 50 δολάρια.

Το όνομα της, Coca-Cola, προέκυψε από τον λογιστή του Πέμπερτον, ο οποίος θεωρούσε ότι η επανάληψη του γράμματος C μπορούσε να απομνημονευτεί καλύτερα.

Ο ίδιος εμπνεύστηκε και το χαρακτηριστικό λογότυπο με τα λευκά καλλιγραφικά στοιχεία σε διακριτή γραμματοσειρά. Ο Πέμπερτον το 1888, πέθανε αφού πούλησε την συνταγή στον επιχειρηματία Αϊζα Κάντλερ. Το 1982 ιδρύθηκε η Coca - Cola company και την συνταγή την εμπιστεύτηκε μόνο σε δύο συνεργάτες του, ενώ εικάζεται ότι φυλάσσεται σε τραπεζική θυρίδα σε τράπεζα της Ατλάντα.

Το 1899 έδωσε την δυνατότητα στους λάτρεις της Coca - Cola να την παίρνουν μαζί τους (μέχρι τότε σερβιρόνταν σε ποτήρι), συνεργαζόμενος με δύο εμφιαλωτές, οι οποίοι έναντι ενός δολαρίου απέκτησαν το αποκλειστικό δικαίωμα να εμφιαλώνουν και να πουλούν το αναψυκτικό σε όλη την Αμερική. Το 1903, το διάσημο ποτό σταμάτησε να προωθείται ως θεραπεία για τους πονοκεφάλους και τα άλλα δεινά, ενώ την ίδια στιγμή τετραπλασιάστηκε η ποσότητα καφείνης.

Το 1928, πραγματοποιήθηκε μία από τις πιο σημαντικές ενέργειες της Coca - Cola, που άφησε το στίγμα της σε ολόκληρο τον κόσμο, η καθιέρωση του προτύπου του Αγίου Βασιλή ντυμένου στα κόκκινα. Η μεγαλύτερη επιτυχία ήταν όταν ο πρόεδρος της εταιρίας ανακοίνωσε ότι θα διαθέτει το αναψυκτικό στις αμερικανικές ένοπλες δυνάμεις, όπου και αν βρίσκονταν, στην διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου. Αυτή η κίνηση θεωρήθηκε πατριωτική και καθιέρωσε την Coca - Cola στην άλλη άκρη του Ατλαντικού.

Σήμερα μόνο στις ΗΠΑ καταναλώνονται καθημερινά 6.000.000 μπουκάλια Coca - Cola, ενώ το σήμα της είναι αναγνωρίσιμο από το 98% του πληθυσμού της γης.

Domino pizza:

Ταχύτητα ή αλλιώς δωρεάν

Το 1960, ο 17ος Τόμας Μόναγκαν αγόρασε με τον αδερφό του μια πιτσαρία στην περιοχή Υψηλάντη του Μίσιγκαν. Σκοπός του Τόμας ήταν να βγάλει λίγα χρήματα για να πληρώσει τις σπουδές του αλλά σύντομα τον απορρόφησε η δουλειά και άρχισε να κάνει βελτιώσεις στις πίτσες και στις υπηρεσίες που πρόσφερε.

Τα πέντε πρώτα χρόνια ήταν πολύ δύσκολα και τα χρέη έπνιγαν τον νεαρό επιχειρηματία. Όμως κατάφερε να ανοίξει άλλα δυο καταστήματα κο-

ντά σε κολέγια μετονομάζοντας την επιχείρηση σε «Domino's». Την ίδια εποχή δημιούργησε και το σήμα με τις τρεις τελείες, που συμβόλιζαν τα τρία καταστήματα. Το όραμα του ήταν να φτιάχνει καλή πίτσα και να την παραδίδει όσο το δυνατόν πιο γρήγορα στην πόρτα του πελάτη.

Οι πωλήσεις άρχισαν να αυξάνονται και έτσι άνοιξε και τέταρτο κατάστημα στο μεγαλύτερο πανεπιστήμιο του Μίσιγκαν, υποσχόμενος παράδοση εντός 30 λεπτών ή αλλιώς δωρεάν. Η επιτυχία ήταν τόσο μεγάλη που τον έκανε να επεκταθεί μέσω franchise.

Το 1968 μια μεγάλη πυρκαγιά κατάστρεψε τα κεντρικά κτίρια της εταιρίας και η αποζημίωση ήταν πολύ μικρή. Αν και οι πωλήσεις αυξήθηκαν τα χρέη έπνιξαν τον επιχειρηματία που αναγκάστηκε να αναθέσει την διοίκηση στις τράπεζες. Όμως μετά από δέκα μήνες πήρε πίσω την εταιρία του, σε κακή όμως κατάσταση. Ο Μόναγκαν όμως δεν έχασε την πιστή του και άρχισε να έχει επικοινωνία με όλους τους μανάτζερ και υπαλλήλους των μαγαζιών και να τους τονίζει την ανάγκη για απλότητα και ταχύτητα.

Το επόμενο μεγάλο χτύπημα έγινε το 1974 όταν υποβλήθηκε μήνυση από μια άλλη εταιρία που ισχυριζόταν ότι είχε κατοχυρώσει το όνομα Domino. Πολλοί franchisees το εγκατέλειψαν όμως ο Μόναγκαν ήξερε ότι με 100 καταστήματα δεν μπορούσε να αλλάξει το όνομα.

Με την βοήθεια της οικογένειάς του και φίλων, κατάφερε να επαναφέρει την επιχείρηση με θετική τροχιά. Το 1988 αναγκάστηκε να αποσύρει την υπόσχεση για παράδοση εντός 30 λεπτών, λόγω των θανάτων πολλών υπαλλήλων του που έτρεχαν για να

προλάβουν. Ο «Βασιλιάς της πίτσας» δημιούργησε νέα προϊόντα όπως είναι η λεπτή κρούστα, τα breadsticks, τα buffalo winds κ.α, τα οποία ήταν πραγματικό χρυσωρυχείο.

Marlboro:

Άρωμα ... γυναίκας

Το 1902 ο Άγγλος επιχειρηματίας καπνού Φίλιπ Μόρις ίδρυσε μια επιχείρηση στην Νέα Υόρκη για να πουλήσει διάφορες αγγλικές μάρκες τσιγάρων, όπως τα Derby, τα Cambrigde και τα Marlboro. Τα τελευταία ήταν η πρώτη γυναικεία μάρκα τσιγάρων. Το 1924 η εταιρία λάνσαρε εκ νέου Marlboro ως το ιδανικό τσιγάρο για γυναίκες με σλόγκαν «είναι ελαφρύ σαν τον Μάρ». Οι πρώτες διαφημίσεις έδειχναν ένα γυναικείο χέρι που κρατούσε ένα τσιγάρο, ενώ όλες παρουσίαζαν μια γυναίκες με στυλ σε ένα βελούδινο περιβάλλον.

Κατά την διάρκεια του Β' Παγκοσμίου πολέμου, οι πωλήσεις των γυναικείων τσιγάρων είχαν πέσει κατακόρυφα. Στο τέλος του πολέμου τρεις νέες μάρκες τσιγάρων είχαν γίνει δημοφιλείς, καθιστώντας πιο δύσκολη την επανεμφάνιση των Marlboro.

Το 1942 όμως ένα άρθρο, που δημοσιεύτηκε σε έγκυρο περιοδικό της εποχής έσωσε την εταιρία του Φίλιπ Μόρις. Το άρθρο έγραφε για τις καπνοβιομηχανίες, ισχυριζόμενο ότι όλες οι μάρκες ήταν βλαβερές για τον οργανισμό, ενώ το 1957 ένα άλλο άρθρο ανέφερε για πρώτη φορά ότι το τσιγάρο προκαλεί καρκίνο των πνευμόνων.

Τότε το Marlboro έκανε δυναμική επανεμφάνιση, αφού ξαναμπήκε στην αγορά ως το πιο ασφαλές τσιγάρο με φίλτρο και σε συνδυασμό με μια πολύ καλή διαφημιστική εκστρατεία, προσέλαβε πολλούς καπνιστές, που ένοιωθαν προδομένοι από τα τσιγάρα που κάπνιζαν έως τότε.

Οι πωλήσεις αυξήθηκαν κατά 5.000 % σε έναν χρόνο, καθιστώντας την Marlboro πρώτη σε πωλήσεις στην Αμερική. Το 1964 ξεκίνησε η ιστορική καμπάνια: «Come to where the flavor is. Come to the Marlboro Country». Αυξάνοντας τις πωλήσεις κατά 10% ετησίως. Οι διαφημίσεις με τον καουμπόι είχαν τόσο δημοφιλείς που μετά από κάποια χρόνια ήταν χωρίς λόγια.

Από το 1972 μέχρι και σήμερα η Marlboro είναι πρώτη σε πωλήσεις με μερίδιο αγοράς που φτάνει το 40%. Βρίσκονται σε 180 και πλέον χώρες, ενώ το σήμα τους είναι ανάμεσα στα 10 πιο αναγνωρίσιμα παγκοσμίως.

