

Yeni logo, ilk kez uçaklarda görülcüye çıktı

Türkiye'nin dış ticarete marka değerini artırmayı hedefleyen yeni logonun ilk uygulama alanı uçaklar oldu. Kütahya Seramik, anlaşığı özel havayolu şirketinin kol-tuk numarası hattına kendi markasının yanı sıra yeni logoyla da ilan verdi. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın logodaki "potansiyel yerine güç kelimesinin kullanılması daha doğru olur" uyarısı da verilen reklamlarda dikkate alındı. Şirketin reklam ajansı, hem "Turkey discover the potential (potansiyeli keşfet) hem de

"Turkey Discover The Power" (gücü keşfet) tanımlarını kullandı. Kütahya Seramik'in Yönetim Kurulu Başkanı Erkan Güral, kısa süre içinde logonun kullanım alanını artıracaklarını ifade etti.

ÇIFTE MARKA KULLANACAK

Yurtdışında ulaştıkları tüm noktalara bu logoyu taşıyacaklarını ifade eden Güral, "Konteynırlardan, outdoor reklamlarımıza kadar hemen her alanda kendi markamızla Türkiye'nin yeni logosu yan yana olacak"

dedi. Grup şirketlerinin de aynı hassasiyette davranacağını belirten Güral, "Türkiye'nin gücüne inanıyoruz. Kütahya Ticaret ve Sanayi Odası da bu konuda aktif bir rol üstlenme kararı aldı. İlimizin sanayicileri de logoyu kendi markalarının yanına eklemeye başladı" diye konuştu.

MADE İN TURKEY YERİNE YENİ LOGO

Reklamlarda 'potansiyeli keşfet' yerine 'gücü keşfet' tanımını da kullandıklarını ifade eden Güral, bu noktada Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın 'güç' vurgusunu öne çıkarmasının da etkili olduğunu belirtti. Güral sözlerine şöyle devam etti: "Yeni logonun tüm alanlarda, özellikle de iş dünyasınca desteklenmesi gerektiğini düşünüyoruz. Çok emek verilmiş ve ihtiyacımız olan bir çalışma. Kısa süre sonra ihraç ürünlerimiz 'Made in Turkey' yerine 'Turkey discover the power' damgasını " vuracağız" şeklinde konuştu.

