



ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Μάρκετινγκ & Επικοινωνίας

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ



*Integrated Marketing Communication  
για εισαγωγή του Rainforest Cafe στην Ελλάδα*

Βασιλειάδης Γιώργος, Κοντογιάννη Βαλεντίνα,  
Μπακαϊμη Κατερίνα, Οικονομοπούλου Μαρία

# *Table of Contents*

**01** Executive Summary

**02** Swot Analysis

**03** Competitors

**04** Target Audience

**05** Communication Objectives

**06** Message-Campaign Theme

**07** IMC Tools

**08** Timeline

**09** Budget

**10** Evaluation

# Executive Summary

## Θεματικό εστιατόριο

- Excitement about the nature
- “A wild place to shop and eat”
- Food + Retail Merchandising
- Έτος ίδρυσης: 1994
- Σύνολο εστιατορίων: 23 στην USA
- 5 διεθνώς: Παρίσι, Λονδίνο, Ντουμπάι, Τόκιο, Καταρράκτες Νιαγάρα

- Έσοδα: \$ 220 mln
- Υψηλός τζίρος ανά τραπέζι και πελάτη
- Χρήση τεχνολογίας για να βελτιώσουν το customer experience
- Animatronics
- IT infrastructure –CRM
- “walkies-talkies” order system για να είναι το προσωπικό κοντά στα τραπέζια

# *The Cafe*



LINK: <https://www.youtube.com/watch?v=CKI2tuIAfT4>



# Competitors



Fairy tale



Little Cook



Cap cap



Hard Rock Café

# Target Audiences

## Primary

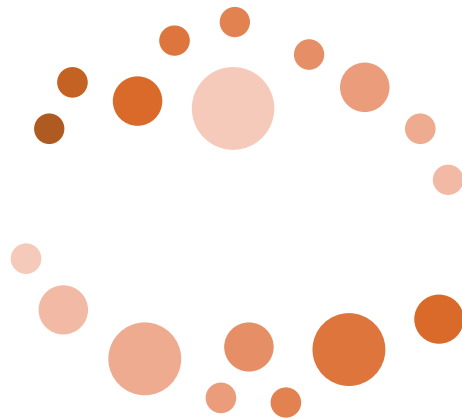
- Δημογραφικά χαρακτηριστικά: Οικογένειες με παιδιά, 5-12 ετών, μεσαίου και ανώτερου εισοδήματος, υψηλού μορφωτικού επιπέδου
- Ψυχογραφικά Χαρακτηρηστικά: Ανοικτοί σε νέες εμπειρίες, διάθεση για περιπέτεια, οικολογική συνείδηση, φιλόζωοι
- Συμπεριφορικά χαρακτηριστικά: Οικογενειακές έξοδοι, ταξιδεύουν συχνά, ξοδεύουν σημαντικά ποσά για την ψυχαγωγία του παιδιού τους, χρήστες social media

## Secondary

- Δημογραφικά χαρακτηριστικά: Νέοι 18-25
- Ψυχογραφικά Χαρακτηρηστικά: Ανοικτοί σε νέες γευστικές εμπειρίες, εξοικειωμένοι σε νέες κουλτούρες, οικολογική συνείδηση, φιλόζωοι
- Συμπεριφορικά χαρακτηριστικά: ταξιδεύουν, χρήστες social media

# Communication Objectives

Επιδίωξη κάλυψης πολλαπλών στόχων επικοινωνίας



- Να ενημερώσει
- Να δημιουργήσει θετικές στάσεις
- Να χτίσει εικόνα – brand image
- Να παρακινήσει
- Να πείσει
- Να δημιουργήσει πιστότητα





# *Communication Objectives*

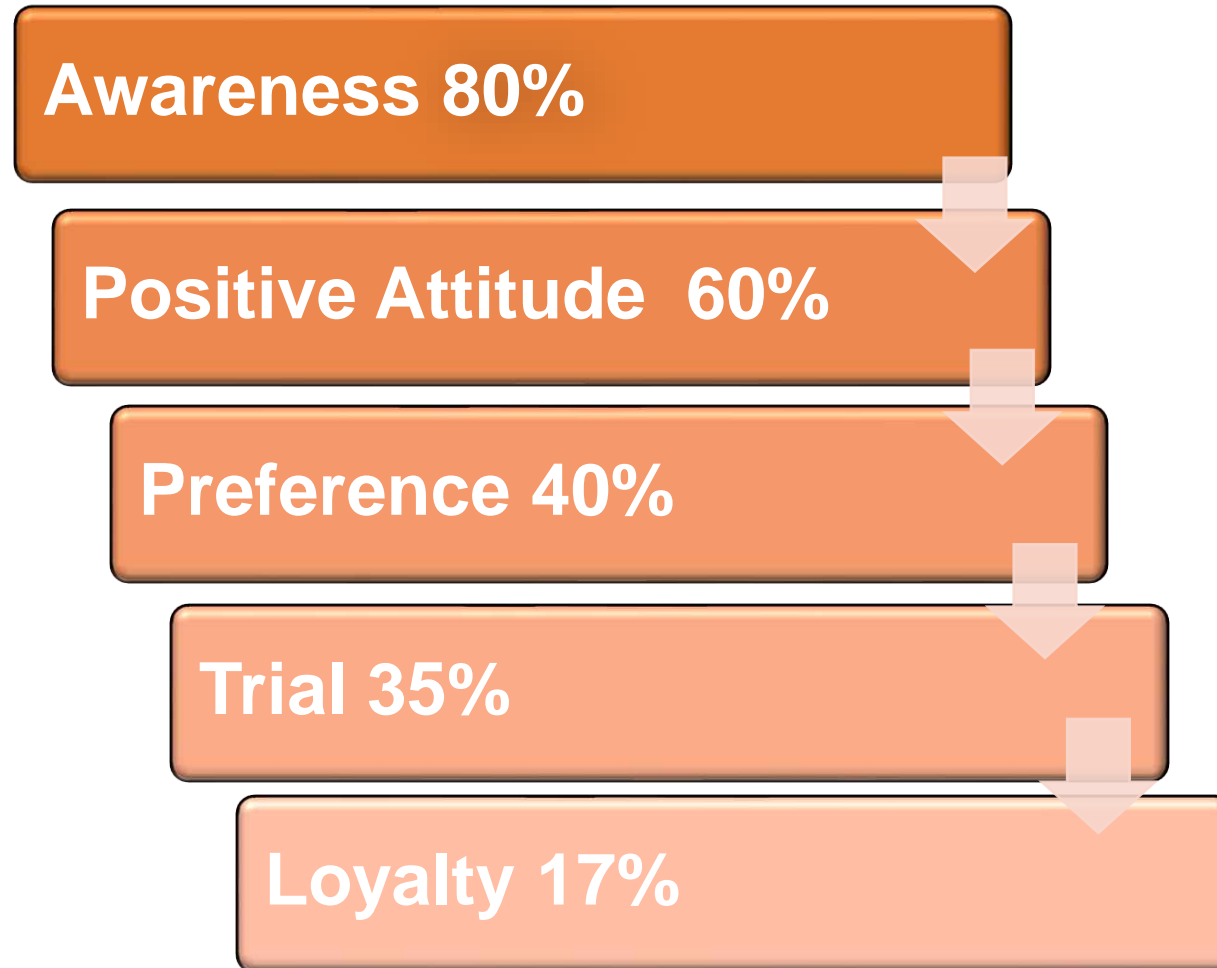
Awareness 80%

Positive Attitude 60%

Preference 40%

Trial 35%

Loyalty 17%



# Message

- Στυλ μηνύματος:

Κυρίως **Συναισθηματική** επίκληση (emotional appeal):

- Διέγερση θετικών συναισθημάτων
- Εστίαση στο USP την μοναδική εμπειρία που προσφέρεται
- Αίσθηση μυστηρίου

Κάποια Πληροφοριακά στοιχεία (cognitive elements):

τοποθεσία εστιατορίου, ηλεκτρονική διεύθυνση και διεύθυνση των social media λογαριασμών στα έντυπα μέσα



# Καμπραϊνθ Theme

Ο τροπικός παράδεισος της πόλης σε περιμένει να τον εξερευνήσεις με όλες σου τις αισθήσεις



A lush, dense tropical forest with various green plants, trees, and vines. The scene is filled with vibrant green foliage, including large ferns and thick tree trunks. A yellow banner is overlaid at the top, and a hashtag is centered in the middle.

# *Campaign Theme*

**#Zouglaginame**

# QMC Tools



ADVERTISING



SALES  
PROMOTION



PUBLIC  
RELATIONS



PERSONAL  
SELLING



DIGITAL  
MARKETING



# Advertising



## Υψηλή ανάμειξη- Μεταλλακτικά κίνητρα

- Ταύτιση Brand Values με τις αξίες του κοινού στόχου
- Αυθεντική παρουσίαση των συναισθημάτων
- Έντονη προβολή του USP
- Επανάληψη μηνύματος



# Advertising Media



- **Ραδιόφωνο** (ήχοι ζώων της ζούγκλας, θρόισμα φύλλων, καταρράκτες)  
Βασίλης Χαραλαμπόπουλος χαμένος στην άγρια φύση  
συνειδητοποιεί ότι... #Zouglaginame
- **Περιοδικά** (Athinorama)
- **Free Press εφημερίδες** ( LIFO, Athens Voice)
- **Outdoor/transit** (busorama και metro), Panels σε αεροδρόμια
- **Street furniture** (στάσεις λεωφορείου πχ πόδια ζώων, κουμπιά με φωνές ζώων)
- **Alternative media** (κινηματογράφος πριν την προβολή οικογενειακών/παιδικών ταινιών)









Rainforest Cafe

#Zouglaginame

[f](#) [t](#) [i](#) [s](#) [y](#) [p](#)



Rainforest  
Cafe

#Zouglagine





#Zouglaginame



# Sales Promotions

- Κουπόνια σε επιλεγμένα περιοδικά και εφημερίδες και σε χώρους θεαμάτων (Αττικό Ζωολογικό Πάρκο, Village Cinemas, παιδικά θέατρα κτλπ)
- Δυνατότητα να κερδίσουν εξαργηγώσιμα κέρματα στο Allou Fun Park
- Κληρώσεις για δωρεάν γεύματα και δώρα
- Κάρτες πιστότητας



# Sales Promotions

➤ Ηλεκτρονικές κάρτες δώρων



➤ Παραδοσιακές κάρτες δώρων



# Sales Promotions



Καλύτερες τιμές σε  
οργάνωση παιδικών πάρτυ

Happy Hours

# Merchandising





# Merchandising



# *In store display*

## Sensory Marketing

- ❖ Αρώματα τροπικού δάσους
- ❖ Ροφήματα με εξωτικές γεύσεις
- ❖ Εικόνες από τροπικά ζώα
- ❖ Ήχοι από ζώα ζούγκλας





# Food Styling



Συναφή παρουσίαση  
πιάτων & ροφημάτων με το concept



# Personal Selling



- ✓ Outfit εξερευνητών
- ✓ Εκπαίδευση προσωπικού σε κοινά πρότυπα συμπεριφοράς
- ✓ Nicknames προσωπικού
- ✓ Animateur ντυμένοι με στολές ζώων για interaction με τους πελάτες

# Public Relations



Εκδήλωση στο the Mall Athens  
“ fun family welcome to  
the Rainforest week”

- Παιδότοποι με rainforest διακόσμηση
- Ζωγραφική για παιδιά
- Live Μουσική
- Πόστερ
- Διαγωνισμός: So you think u can jungle
- Καντίνα σε μορφή εξωτικού καλυβιού: πώληση ροφημάτων rainforest



**Rainforest  
Cafe**





1.3420000  
4.55C data was updated

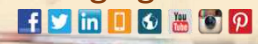
Go Further  
Ford  
LIVE THE ROAD AGAIN

Rainforest Cafe



Rainforest Cafe

#Zouglagine





# Public Relations

- Οργάνωση event: κυνήγι του χαμένου θησαυρού με δώρα δωρεάν γεύμα στο εστιατόριο και προϊόντα Rainforest Cafe



# Public Relations

## Περιβαλλοντικές δράσεις

- Δωρεά στην WWF και στην Greenpeace 1% από τις πωλήσεις merchandise υλικού
- Earth Hour event με δωρεάν ένα ρόφημα σε όλους τους παρευρισκόμενους
- Εκπαίδευση των μικρών φίλων στην προστασία των τροπικών δασών



# Digital

- Εταιρικό website



# Digital

- Mobile/Tablet Application  
Role playing game Application:  
Σώστε τα δάση
- Συνεργασία με e-table.gr
- Διαγωνισμοί στα social media





# Budget

**Radio**  
64.800 €

15'' \*2€  
\*4διαφημίσεις  
/ημέρα  
\*6σταθμοί  
\*90ημέρες

**Digital**

14.000 €

**Sales  
Promotions**

50.000 €

**Total**  
218.800€

**Public  
Relations**

40.000 €

**Print**

20.000€

**Outdoor**

30.000€

# Evaluation

## Social Media

Keeping track of likes, shares & comments

Increase/Decrease in followers

E- word of mouth

## App Game

Number of downloads

Average time they spent

Bounce rates

## Ραδιόφωνο

Pre & post tests  
concept tests recall & recognition tests

## Περιοδικά

Κυκλοφορία

## PR

Ποσό δωρεών

Πλήθος δωρεάν ροφημάτων στο event Earth Hour

Απήχηση του event στο the Mall Athens

## Sales Promotion

Πλήθος καρτών μέλους

## Outdoor

Recall and recognition tests (location)

## Personal Selling

Ογκος πωλήσεων και εξυπηρέτηση

# Rainforest Cafe



*Thank you*



# References

- Κοκκινάκη, Φ. (2017), Π.Μ.Σ Μάρκετινγκ & Επικοινωνία, Σημειώσεις στο μάθημα *Ολοκληρωμένη Επικοινωνιακή Στρατηγική*.
- Belch G., Belch M. (2015) *Advertising and Promotion, An Integrated Marketing Communication Perspective*, 10<sup>th</sup> ed., McGraw Hill.
- <http://www.rainforestcafe.com>
- <http://www.restaurant.org/Manage-My-Restaurant/Marketing-Sales/Specialty-Promotions/Marketing-to-families-Promotions-pricing-present>
- <https://possector.com/marketing-promotion/kids-friendly-restaurant-ideas>
- <https://www.signupto.com/news/customer-stories/enhancing-engagement-and-customer-experience-at-the-rainforest-cafe/>
- <http://www.encyclopedia.com/social-sciences-and-law/economics-business-and-labor/businesses-and-occupations/rainforest-cafe-inc>
- <http://www.atlasobscura.com/articles/the-true-story-of-the-rainforest-cafe-is-even-wilder-than-you-thought>
- <https://www.fastcompany.com/3020755/study-75-of-kids-under-age-8-use-mobile-devices>