



Σχετικά με το Lion Communications:

Η «Lion Communications» ιδρύθηκε το 2020 από τη Susanne και τον Ion Linardatos, οι οποίοι διαθέτουν και 2 μαζί πάνω από 40 χρόνια εμπειρίας στις δημόσιες σχέσεις, το μάρκετινγκ και τη διαφήμιση.

Κατά τη διάρκεια της καριέρας του, ο Ίων Λιναρδάτος έχει κερδίσει 12 εθνικά και διεθνή βραβεία PR. Αυτός έχει διετέλεσει αντιπρόεδρος της γερμανικής ένωσης PR-Agency GPRA και της Διεθνούς Ένωσης PR-Agency ICCO.

Μία εξειδίκευση του Ion Linardatos βρίσκεται στον τομέα των επικοινωνιών για πελάτες από τον τουριστικό τομέα. Έχει εργαστεί για πελάτες όπως το Ντουμπάι, το Λουξεμβούργο, η αλυσίδα ξενοδοχείων Iberostar, ο ταξιδιωτικός πράκτορας Berge & Meer, οι γραμμές πορθμείων Color Line και DFDS και η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων.

Αυτή την στιγμή η εταιρεία, εκτός από τον Δήμο Αργοστολίου και υπηρεσίες οργάνωσης γάμων, εργάζεται για Γερμανούς πελάτες, όπως ο Weber Shandwick, το ITW (Initiative Tierwohl) και το tricontes GmbH.

Η εταιρία στεγάζεται στο σπίτι που έχτισαν οι ιδιοκτήτες της εταιρίας στα Μονοπωλάτα, τον τόπο καταγωγής του Ion Λιναρδάτου, όταν αποφάσισαν να εγκατασταθούν στην Κεφαλονιά.

Ο Ίων Λιναρδάτος εκπρόσωπος της εταιρείας δημοσίων σχέσεων «Lion Communications» συνοψίζει το έργο του για την προώθηση της Κεφαλονιάς στη γερμανική αγορά.

Μετά την παρέλευση των πρώτων έξι μηνών του τρέχοντος έτους, η εταιρεία μας «Lion Communications», στα πλαίσια της συνεργασίας της με τον Δήμο Αργοστολίου για την προώθηση της Κεφαλονιάς στη γερμανική αγορά, καταλήγει στα πρώτα συμπεράσματα σύμφωνα με τις ενέργειες που έχουν πραγματοποιηθεί μέχρι στιγμής και παρουσιάζει τις προοπτικές για το δεύτερο εξάμηνο του 2021.

«Είμαστε πολύ ευχαριστημένοι με το έργο που έχει πραγματοποιηθεί τους πρώτους έξι μήνες, ακόμη και αν οι προγραμματισμένες επισκέψεις δημοσιογράφων στην Κεφαλονιά για την άνοιξη έπρεπε να αναβληθούν για το καλοκαίρι και το φθινόπωρο».

Οι κυριότερες ενέργειες που έχουμε πραγματοποιήσει μέχρι στιγμής είναι:

- Συνεργασία για την δημιουργία της τουριστικής στρατηγικής για την Κεφαλονιά για το 2021
- Ανάπτυξη των δυνατοτήτων ενίσχυσης της επωνυμίας της Κεφαλονιάς και σχεδιασμός και εφαρμογή της ετικέτας **"Θα θέλεις να μείνεις για πάντα!"**
- Τακτικές επαφές με ταξιδιωτικούς δημοσιογράφους από τη Γερμανία με αποτέλεσμα τα πρώτα άρθρα σε γερμανικές εφημερίδες και ταξιδιωτικές ιστοσελίδες.
- Συμμετοχή στην ψηφιακή έκθεση ITB και συνομιλίες με δημοσιογράφους και τουριστικούς πράκτορες
- Συμμετοχή στην ψηφιακή έκθεση του FVW, κορυφαίο περιοδικού B-to-B για τον τουρισμό της Γερμανίας, και συναντήσεις με ταξιδιωτικούς πράκτορες
- Προετοιμασία δημοσιογραφικών ταξιδιών (FAM TRIPS) για την άνοιξη, τα οποία έπρεπε να ακυρωθούν-αναβληθούν λόγω των ταξιδιωτικών περιορισμών στην Ελλάδα και τη Γερμανία

«Πρέπει να έχουμε κατά νου ότι η Κεφαλονιά είναι αρκετά άγνωστη στο γερμανικό κοινό. Γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να δίνουμε πολλές πληροφορίες ενώ μιλάμε με τα μέσα ενημέρωσης. Αλλά αυτή είναι επίσης μια ευκαιρία για την Κεφαλονιά καθώς τα σχόλια από τη γερμανική ταξιδιωτική



βιομηχανία δείχνουν ότι οι Γερμανοί τουρίστες αναζητούν νέους προορισμούς στην Ελλάδα για εξερεύνηση»

Για τους υπόλοιπους μήνες του 2021, θα εστιάσουμε τις προσπάθειές μας στις επισκέψεις των δημοσιογράφων: «Δεν υπάρχει καλύτερος τρόπος να επιτευχθούν μεγάλα άρθρα στα μέσα ενημέρωσης από το να προσκαλέσουμε δημοσιογράφους στην Κεφαλονιά και να τους αφήσουμε να νιώσουν τη μοναδικότητα της Κεφαλονιάς!»

Μέχρι στιγμής, η εταιρεία μας έχει τη δέσμευση των ακόλουθων γερμανικών μέσων μαζικής ενημέρωσης για μια επίσκεψη ή ένα άρθρο αυτό το καλοκαίρι:

- Frankfurter Allgemeine Zeitung
- Süddeutsche Zeitung
- Die Welt
- Stuttgarter Nachrichten
- Der Tagesspiegel

Γεγονός που εξασφαλίζει ότι η Κεφαλονιά θα εμφανίζεται σε 3 από τις 5 μεγαλύτερες εφημερίδες της Γερμανίας.

Επιπλέον, μια γερμανική τηλεοπτική ομάδα σχεδιάζει ένα ντοκιμαντέρ 45 λεπτών για την Κεφαλονιά το φθινόπωρο και τον Σεπτέμβριο θα προσκαλέσουμε bloggers και δημοσιογράφους στα πλαίσια των θεματικών εβδομάδων για την γαστρονομία και τη φύση.

«Για να μπει σε μια νέα αγορά χρειάζεται χρόνος και υπομονή. Όμως, κάθε άρθρο που δημοσιεύεται, κάθε τηλεοπτική προβολή θα ευαισθητοποιεί όχι μόνο τους πιθανούς επισκέπτες αλλά θα συμβάλει έτσι ώστε η γερμανική ταξιδιωτική βιομηχανία να βάλει την Κεφαλονιά στο χάρτη! "»