

Mit képviseljen a márkám a fogyasztó fejében?

Magyar Termék Vezetői Szakmai Fórum | 2015. április 16.
Balogh Zoltán brand stratégia | Velvet Hammer Branding

Miért kell egy márka?

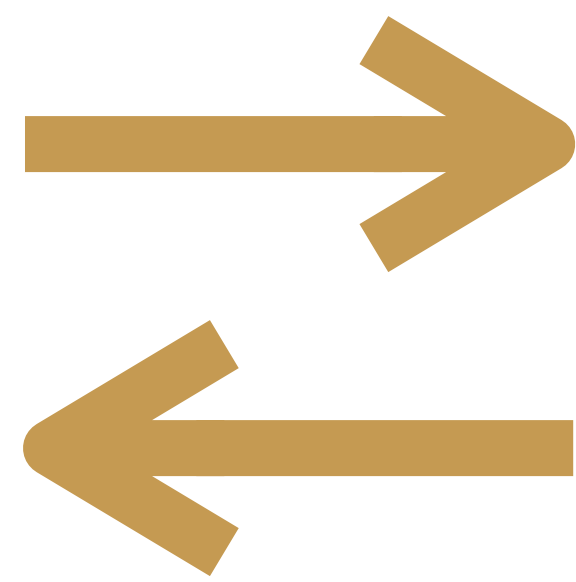
Mert a márka **képes befolyásolni**
az emberek **gondolkodását, érzelmeiket**
és **cselekedeteiket**, így teremtve
üzleti és társadalmi értékeket.

Mi a márka?

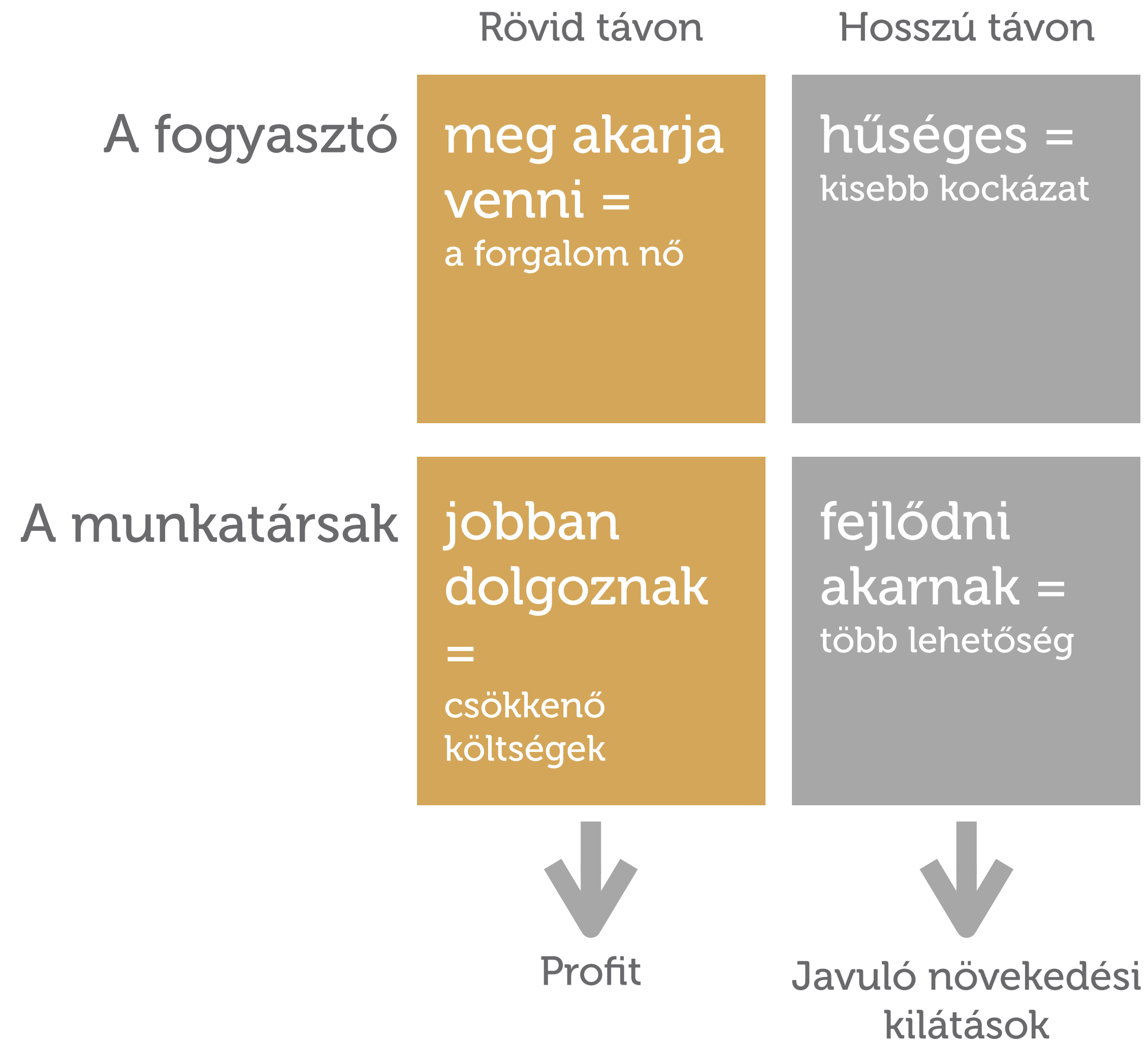
A márka:

egy **gondolkör, közös cél** amit a szervezet, vagy a termék **képvisel a fogyasztó tudatában,**
a szervezet, a termék és az érdekelt felek **formálják a tetteikkel,**
és a **vizuális** és/vagy a **verbális stílusán** keresztül ismert.

a mărka



Hogyan teremti üzleti értéket egy erős márka?

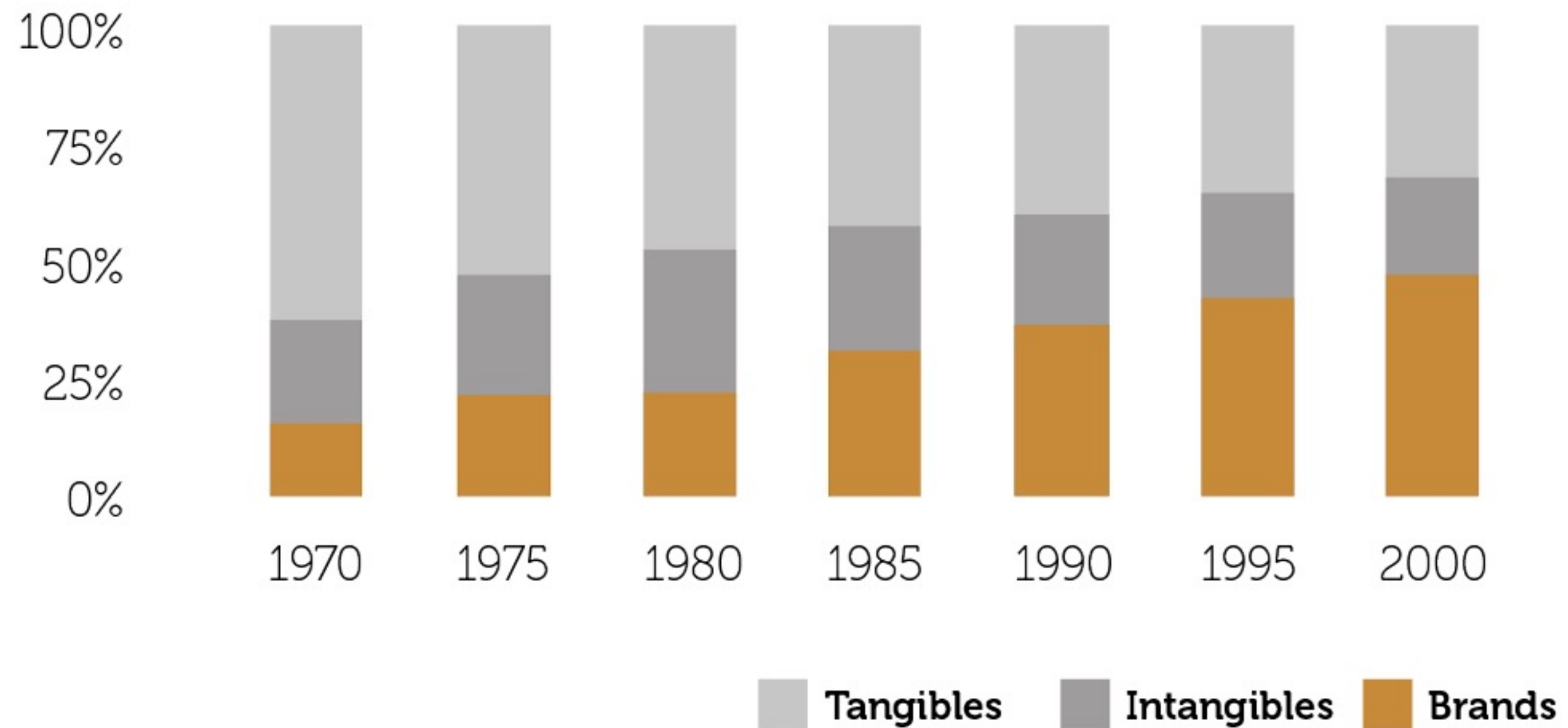


Üzleti érték

Hogyan teremt üzleti értéket egy erős márka?



Corporate Value Development Since 1970 (Source: Financial Times)



Hogyan teremt társadalmi értéket egy erős márka?

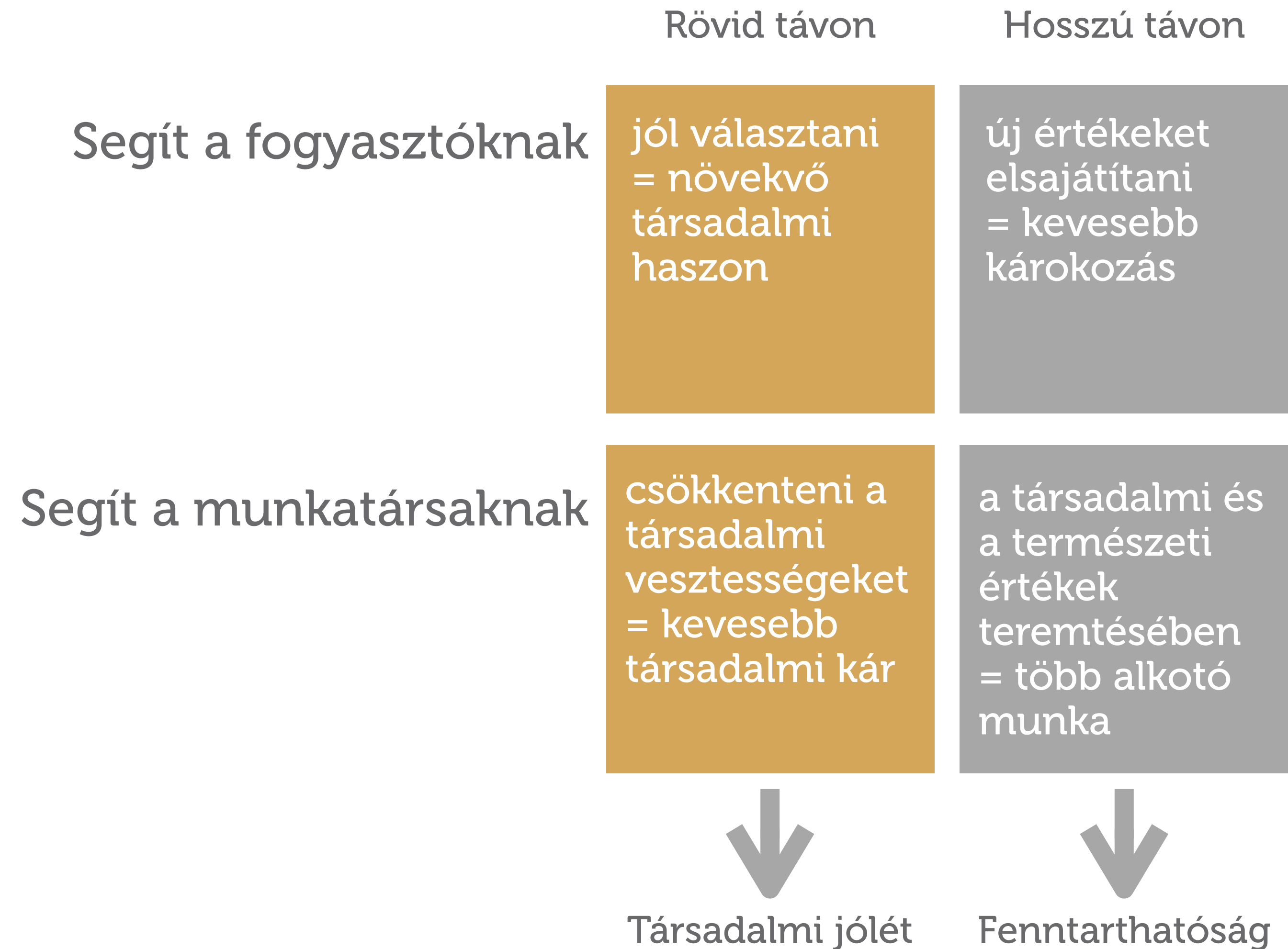


„Ahogy az emberek nem tudnak evés nélkül élni, úgy a vállalkozások sem élhetnek profit nélkül. Mégis a legtöbb ember nem azért él hogy egyen, és a legtöbb vállalkozás sem csupán azért létezik, hogy profitot termeljen.”

Bill George

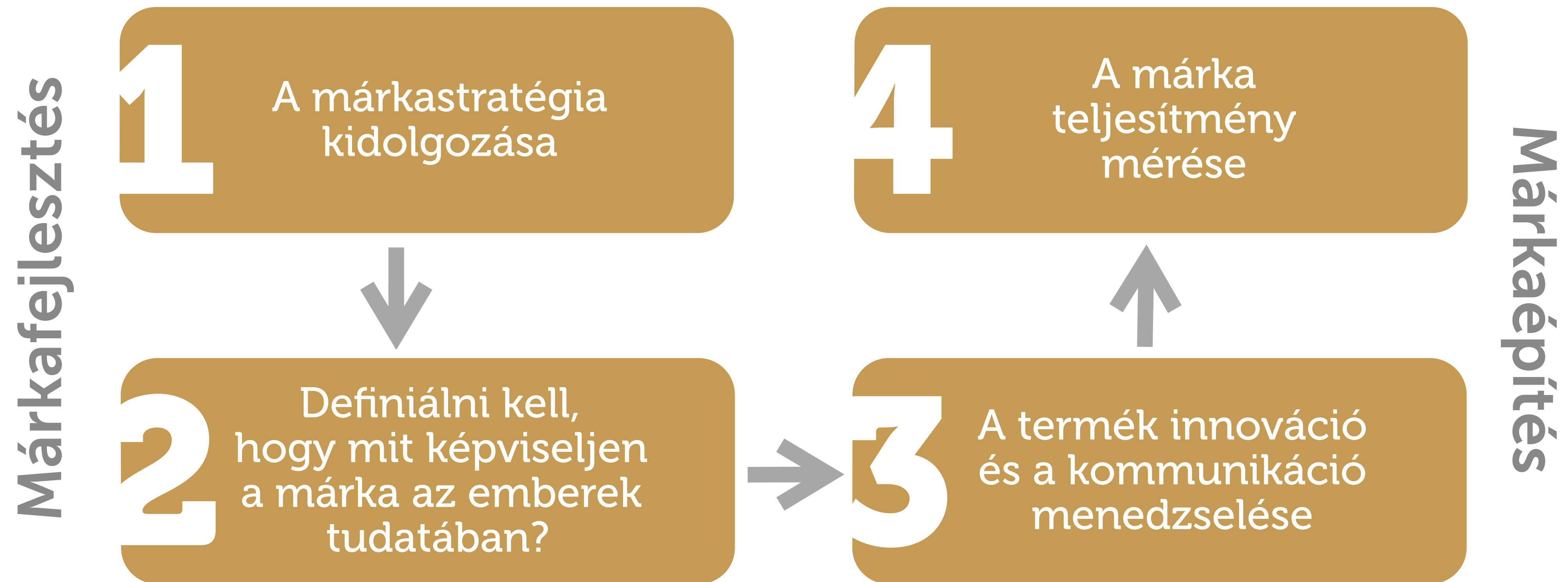
A Harvard Business School professzora

Hogyan teremti társadalmi értéket egy erős márka?

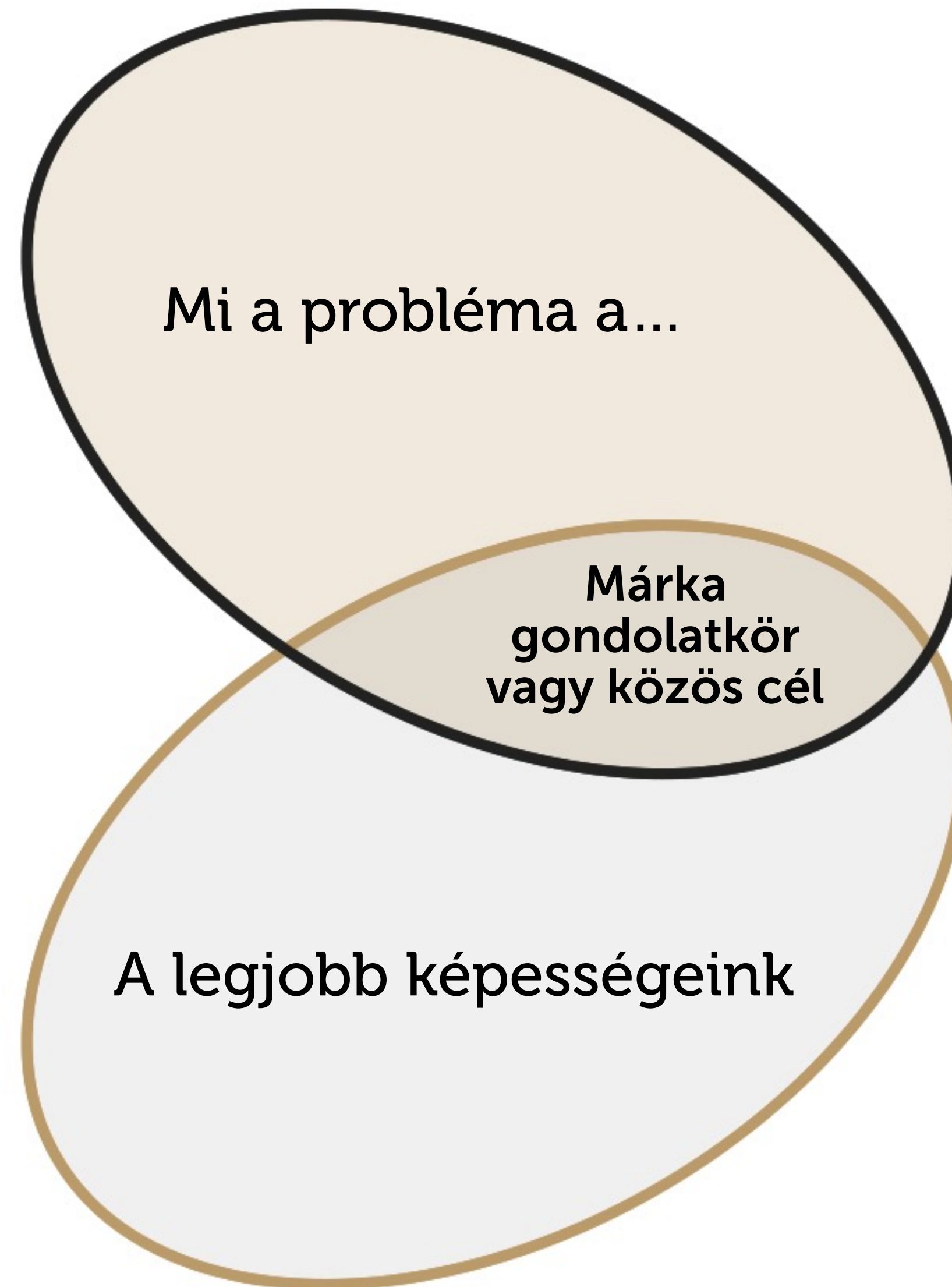


Társadalmi érték

Akarok egy erős márkát! *(Mi az a branding?)*



Márkafejlesztés



MI A MÁRKA?

1. Egy gondolkör, közös cél amit a szervezet, vagy a termék képvisel a fogyasztó tudatában,
2. a szervezet, a termék és az érdekelt felek formálják a tetteikkel,
3. a vizuális és verbális stílusán keresztül ismert.

Márkafejlesztés

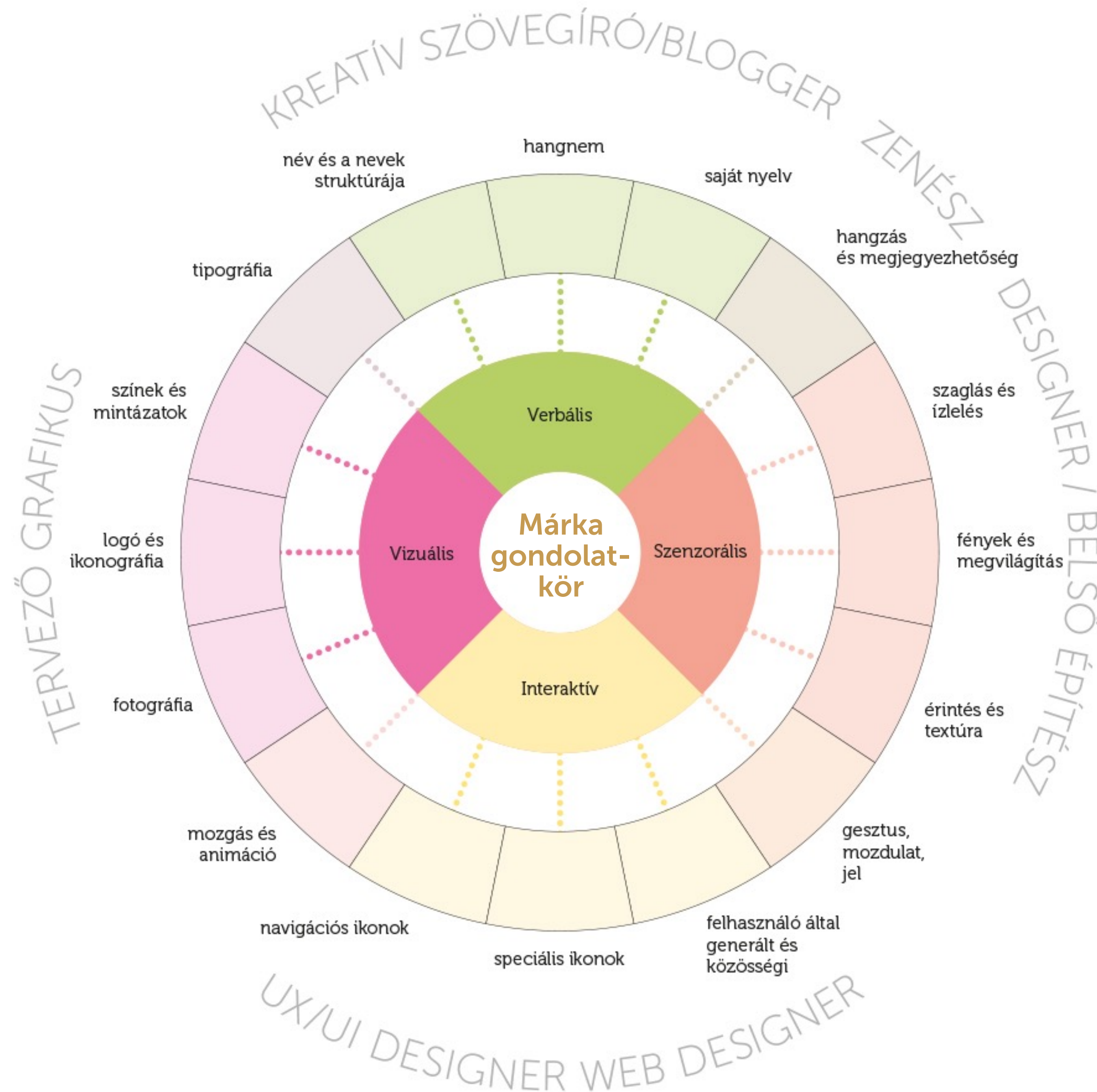


MI A MÁRKA?

1. Egy gondolkör, közös cél amit a szervezet, vagy a termék képvisel a fogyasztó tudatában,
2. **a szervezet, a termék és az érdekelt felek formálják a tetteikkel,**
3. a vizuális és verbális stílusán keresztül ismert.

Márkafejlesztés

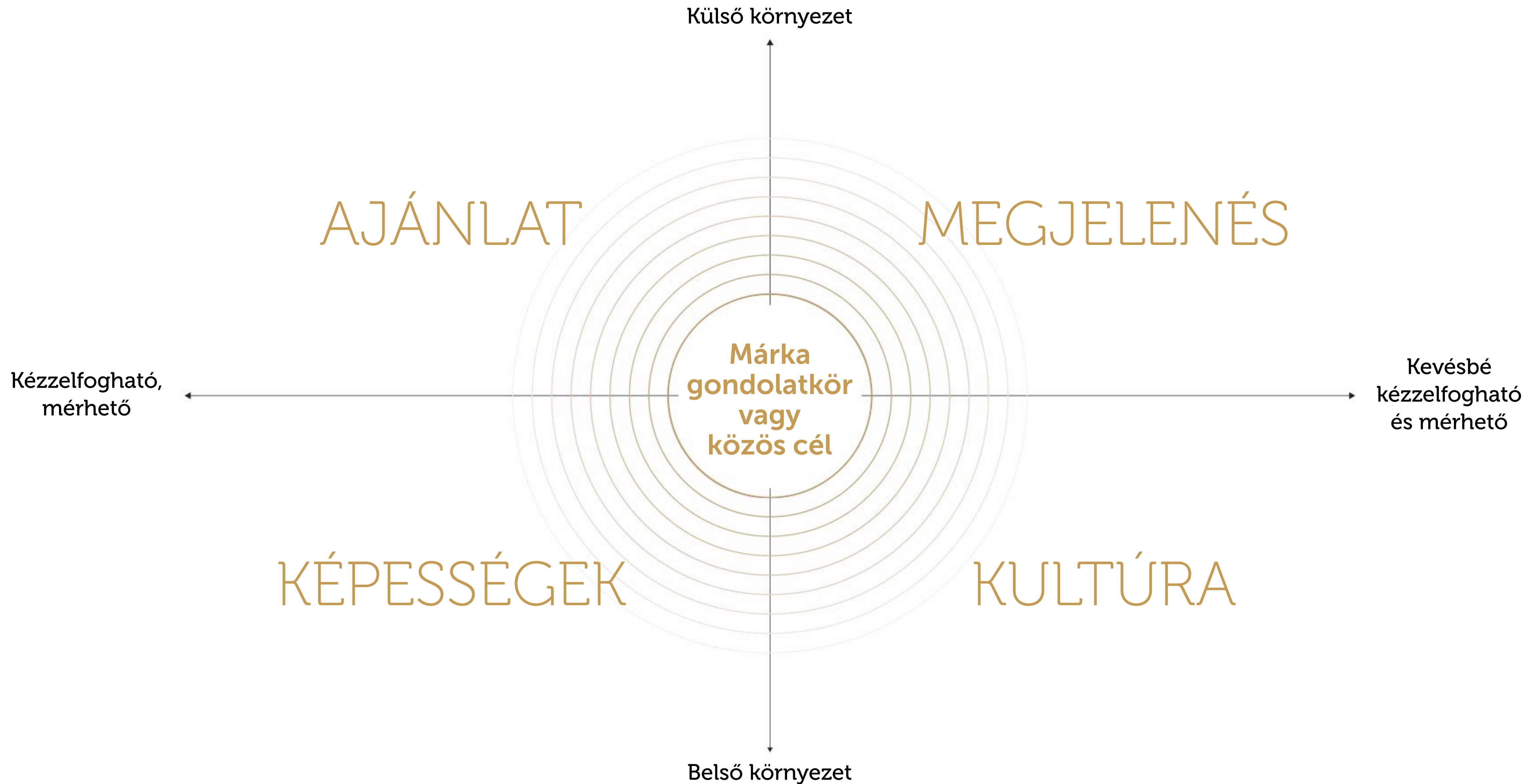
360° DESIGN



MI A MÁRKA?

1. Egy gondolkör, közös cél amit a szervezet, vagy a termék képvisel a fogyasztó tudatában,
2. a szervezet, a termék és az érdekelt felek formálják a tetteikkel,
3. a vizuális és verbális stílusán keresztül ismert.

Márkaépítés





A márka életciklusai – Mikor van szükségem márkafejlesztésre?

Start up

Új vállalkozás

Új márka

**Új márka
fejlesztése**

Az élet szép

Erősítsük a piaci
pozíciónkat

Még többet
akarunk elérni

**A márka
megújítása**

Krízis

Piaci változások

Új ambíciók

Problémák

**A márka
újrágondolása**



VELVET HAMMER
BRANDING

developing smart brands

KAPCSOLAT:

www.velvethammer.eu
balogh@velvethammer.eu
+36 30 274 9115

Velvet Hammer Branding © Copyright 2015



