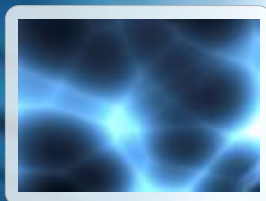




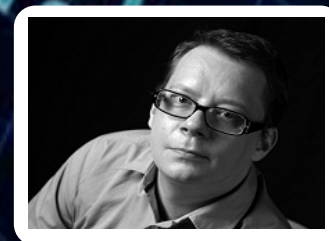
INSTYTUT
NAUK EKONOMICZNYCH
I SPOLECZNYCH

ines.org.pl



KREOWANIE WIZERUNKU MARKI W REALIACH XXI WIEKU.

PREZENTACJA SPECJALNA
Tomasz Sucheta





INES.ORG
INSTYTUT
NAUK EKONOMICZNYCH
I SPOŁECZNYCH

czym jest i jaką ma naturę...

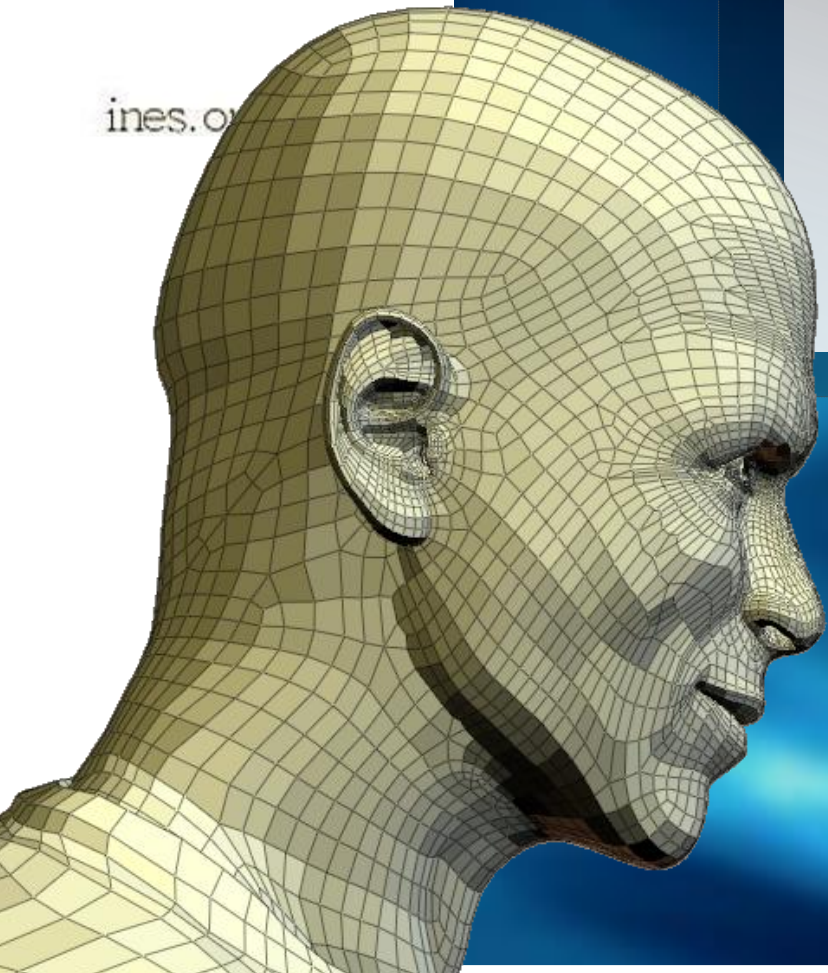
marka, brand

Marka jest zestawem reakcji
w umyśle odbiorcy.

Paul Feldwick

Oznacza to, że zarządzanie marką powinno skupiać się na kształtowaniu bardzo osobistych reakcji. Takich, które mają szansę wprowadzić markę w styl życia odbiorcy.

Branding to umiejętność społeczna firm
... a nie znak towarowy





INSTYTUT
NAUK EKONOMICZNYCH
I SPOLECZNYCH

ines.org.pl

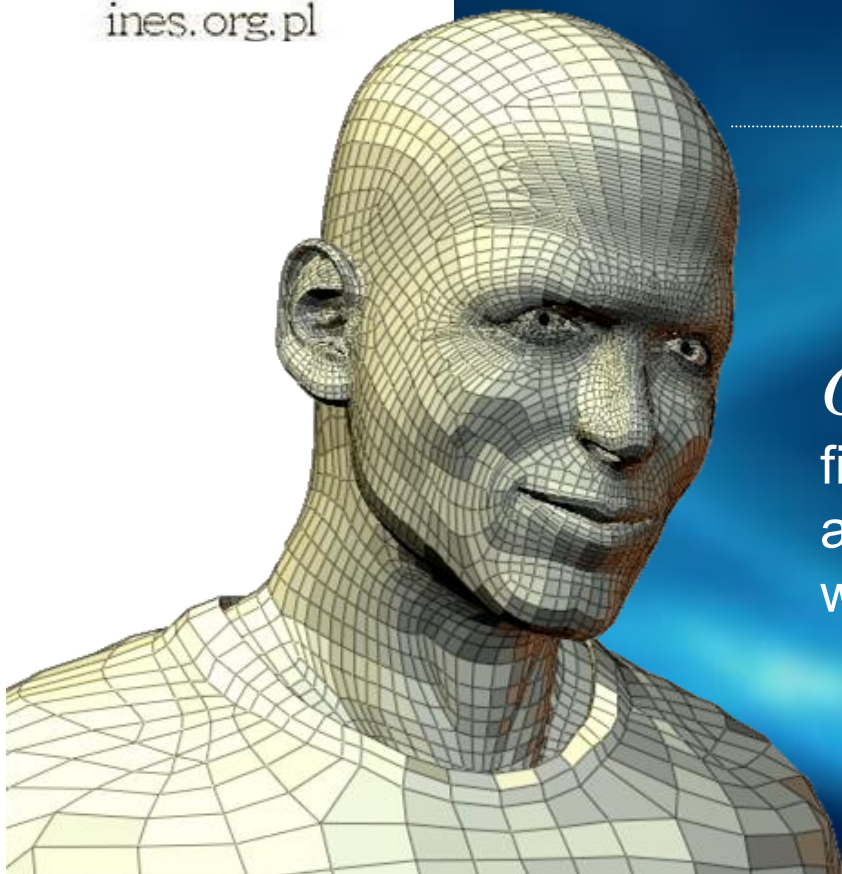
prawdziwa siła marki...

reputacja VS. obraz

Reputacja jest tym, co naprawdę myślą konsumenci i jak wykorzystują markę. Reputacja jest źródłem lojalności i „brandingowym dorobkiem” firm.



Obraz marki jest komunikatem, który przekazuje firma tworząca brand, głównie poprzez reklamę, a także niewerbalną reprezentację wartości wymyślonych przez firmę.





INSTYTUT
NAUK EKONOMICZNYCH
I SPOŁECZNYCH

ines.org.pl



Współczesne wyzwanie marketingowe:

Media cyfrowe VS Media tradycyjne

'Tradycyjny model marketingowy, w którym wyrastaliśmy stał się zbędny.'

James R. Stengel
Global Marketing Officer, Procter & Gamble



'30-sekundowy spot to już nie jest odpowiedzi.'

Barbara Ford,
VP Global Advertising, Kraft Foods

'Marketing masowy to obecnie masowa pomyłka'

Larry Light
Global Chief Marketing Officer, McDonalds



prawdziwa siła marki...

reputacja VS. obraz

Zestawienie w ujęciu Gayle Turner'a

Konsument rządzi reputacją.

Firma rządzi obrazem.

Zmiana reputacji jest trudna.

Zmiana obrazu jest natychmiastowa.

Reputacja to całość komunikacji.

Obraz bazuje na reklamie.

Reputacja to prosta koncepcja.

Obraz to wiele idei i wartości.

Marka to obraz + reputacja.

Reklama to wyłącznie obraz.

Marketing to walka o reputację.

Reklama to kreatywny obraz.

Reputacja marki to strategia.

Obraz marki to taktyka.

prawdziwa siła marki...

reputacja VS. obraz

Zestawienie własne, dopełniające.

Reputacja marki – styl życia.

Obraz marki – oderwane potrzeby.

Reputacja marki tworzy lojalność.

Obraz marki nie tworzy lojalności.

Reputacja – wybaczenie błędów.

Obraz – możliwość utraty zaufania.

Reputacja – liderzy opinii.

Obraz – subiektywny przekaz.

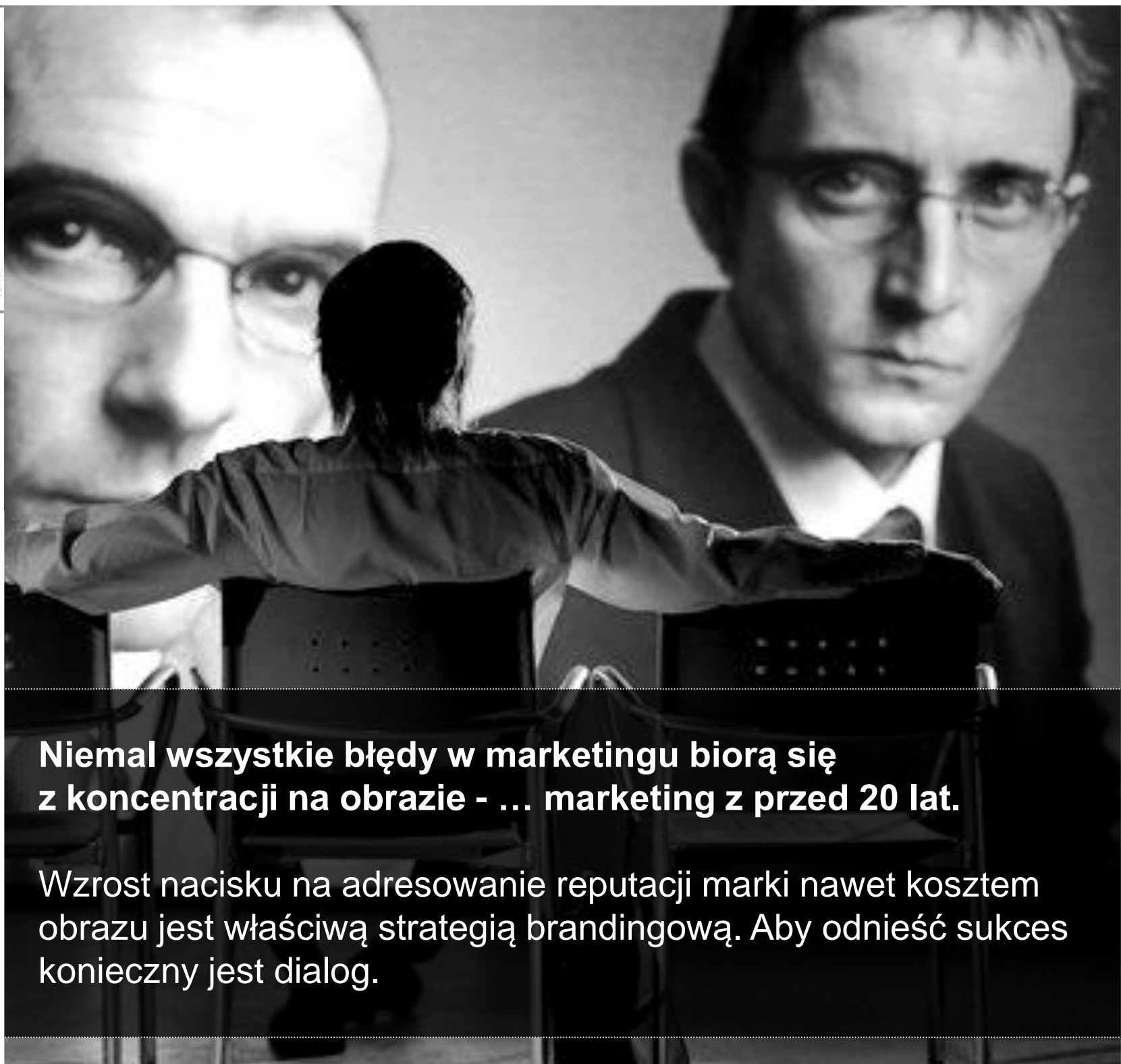
Reputacja zakłada dialog.

Obraz – przekaz jednokierunkowy.



INSTYTUT
NAUK EKONOMICZNYCH
I SPOLECZNYCH

ines.org.pl



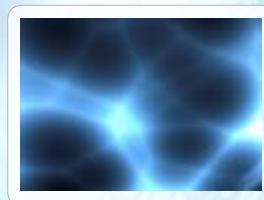
Niemal wszystkie błędy w marketingu biorą się z koncentracji na obrazie - ... marketing z przed 20 lat.

Wzrost nacisku na adresowanie reputacji marki nawet kosztem obrazu jest właściwą strategią brandingową. Aby odnieść sukces konieczny jest dialog.



INSTYTUT
NAUK EKONOMICZNYCH
I SPOLECZNYCH

ines.org.pl



Dziękuję za uwagę

Tomasz Sucheta
sucheta@ines.org.pl