

Təlimçi: Vüqar Baba

Brending

MEDIA QURUMLARI ÜÇÜN

Brend nədir?

- ▶ Brend deyiləndə hər hansı şirkətin və ya məhsulun **özünəməxsus** və onu bazardakı digər rəqiblərdən **fərqləndirən** adı və ya imici nəzərdə tutulur.
- ▶ Brend keyfiyyətdə, qiymətdə və komfortda unikal olmaqdır. Şirkətin və ya məhsulun brendliyini onun adı, loqosu, sloqanı, rəngi, melodiya təmin edir.
- ▶ Brendinq hədəf auditoriyasına təsir edərək özünə aşiq etməkdir. İstehlakçının şüuruna yeridir, ona qarşı xüsusi dəyər yaradır.



Brendin elementləri

- ▶ vəzifəsi və fərdi atributları: adı, loqotip və şirkəti fərləndirən digər vizual elementləri (şrift, dizayn, simvolu və rəng sxemi).



Coca-Cola



The New York
Times

- ▶ obraz, imic, şirkətin reputasiyası və s.

Brendinqin məqsədi, əhəmiyyəti

Brendinqin məqsədi – brendin dəqiq obrazını yaratmaq və ünsiyyətin dəqiq formalaşmasıdır.

- ▶ Məhsul tanıtma
- ▶ Müştəri sədaqəti yaratmaq
- ▶ Davamlı uyğunluğu və keyfiyyəti təmin etmək
- ▶ Marka marağından faydalanmaq



Media brendləri nümunələri



Brendingq prosesi – brendləşmə mərhələləri

1. Bazardakı vəziyyətin və hədəf kütlənin **analizi** (əgər Brend artıq yaradılıbsa, onun hazırkı vəziyyəti);
2. **Planlaşdırma** (brendin mahiyyətinin formalaşdırılması, mövqeyinin seçilməsi, brendin idarə olunması strategiyasının hazırlanması);
3. Brend inşaatı (vizual və verbal identifikasiya sisteminin yaradılması; brendin kompleks sənədlərinin hazırlanması);
4. Brendin irəli sürülməsi (istehlakçı və brend arasında sıx əlaqələrin formalaşdırılması üçün integrasiya olunmuş marketing **kommunikasiyalarından** istifadə olunması);
5. Brendin **monitorinqi** və fəaliyyətin effektivliyinin qiymətləndirilməsi.



Brendin sənədlər toplusunun hazırlanması

- ▶ **Brend buk (brand book)**

- ▶ **Brendbuk** – brendin əsas atributları və identifikasiya elementlərinin izahıdır (məhiyyəti, mövqeyi, missiyası, fəlsəfəsi, dəyərləri, individuallığı). Bu sənədin məqsədi brendin bütün ideoloji elementlərini sistemləşdirmək, kompleks şəkildə formalaşmış təsvirini yaratmaq, həmçinin məhsulun tam şəkildə anlaşılması və istifadə olunması ilə bağlı tövsiyələrdir.

- ▶ Brendbukda hədəf kütləyə müraciətin əsas kanalları və üsulları, həmçinin brendin müxtəlif kommunikasiya vasitələrində istifadə metodları təsvir olunur.



Brendin sənədlər toplusunun hazırlanması

- ▶ **Təlimat (guideline)**
- ▶ Bu sənəd vizual identifikatorların müxtəlif informasiya kanallarında düzgün tətbiq olunma prinsiplərinin əks olunduğu təlimatdır. Sənəd Brendinqin icra prosesinə nəzarət etməyə imkan verir. Bundan əlavə, loqotipin ölçüləri, firma rəngləri, şriftlər və firma üslubunu formalaşdıran digər elementlər də bu sənəddə öz əksini tapır.
- ▶ Loqotip
- ▶ Firma nişanı və loqotipin yaradılması sxemi,
- ▶ Firma rəngləri və şriftlər,
- ▶ Firma blokunun yerləşməsi,
- ▶ Loqotipin işgüzar sənədlərdə və reklam vasitələrində yerləşməsi,

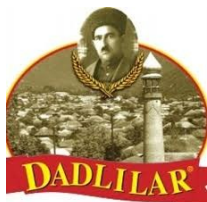
Təlimatın həcmi brendin miqyasından asılı olaraq dəyişir.

Şirkətlər qrupu (Holding) və brendləri





Şirkətlər qrupu (Holding) və brendləri



Şirkətlər qrupu (Holding) və brendləri

