برند چیست؟

تعریف برند یا نام تجاری به سادگی که ما فکر می‌کنیم نیست. چرا که با تمام دارایی یک کسب و کار و مهمترین و باارزش‌ترین داشته آن مواجه هستیم. به همین دلیل برای تعریف برند دیدگاه‌های مختلفی از جنبه‌های متفاوت نظیر نگرش اقتصادی، تجاری، هویتی و… در نظر گرفته می‌شود.

اما به طور کلی برند، روش و منشی است که یک کمپانی، کسب و کار، سازمان و حتی یک فرد از سوی دیگران درک می‌شود. در واقع هر کس که تجربه تعامل با برندی را داشته باشد، درک خودش را دارد. برند فراتر از یک نام تجاری، یک طرح، نشانه و… است و باید آن را احساس قابل تشخیص از یک محصول یا کسب و کار بدانیم.

برندها در اذهان افرادی ماندگار می‌شوند که با آن زندگی می‌کنند. کارمندان، سهام‌داران و سرمایه‌گذاران، رسانه‌ها و از همه مهمتر مشتریان، بیشترین تعامل و تجربه را از یک برند دارند. گرچه این روزها بسیاری از افراد به طور مرسوم برند را همان نام تجاری می‌دانند. چرا یک کسب و کار با نام خود بیشتر در ذهن مخاطبان تکرار می‌شود.

انواع برند چیست؟

بعد از اینکه با المان‌های مختلف یک برند آشنا شدیم، حالا زمان آن رسیده که ببینیم آیا برند می‌تواند متنوع باشد. در ادامه با انواع برند بیشتر آشنا می‌شویم:

شخصی

خدماتی

سازمانی

تجاری یا محصولات

گروهی

رویداد

خصوصی

رسانه‌ای

مجازی (دیجیتال)

سرمایه‌گذاری

سازمان‌های مردم نهاد

عمومی

سلبریتی

ملی

عمل‌گرا

مولف

جهانی

لوکس

اهمیت برند در بازاریابی و تبلیغات

زمانی که فرایندهای بازاریابی و تبلیغات خود را پیاده می‌کنید، در واقع در حال حرف زدن و برقراری ارتباط با مخاطبان هدف خود هستید. ضمن اینکه اشاره کردیم درک آنها از شما اهمیت زیادی دارد. بنابراین نمی‌توان اهمیت برند در بازاریابی و تبلیغات را نادیده گرفت. در قسمت زیر دلایل مهم بودن برند در بازاریابی و تبلیغات را مشاهده می‌کنید:

جذب مشتریان ایده‌آل

افزایش اثربخشی برنامه‌های بازاریابی

افزایش اعتماد مخاطبان

برقراری ارتباط بهتر با مخاطبان

افزایش فروش

پیشنهاد قیمت بیشتر

ارتقای ارزش‌های کسب و کار

یکپارچه‌سازی میان هویت برند، مشتریان، سهامداران و…

تاثیرگذاری روی درک مخاطبان

وفادارسازی مشتریان

امکان توسعه کسب و کار

کمک به بقای کسب و کار

برندسازی چیست؟

این روزها حتما زیاد می‌شنوید که باید روی برندسازی تجاری یا شخصی خود کار کنید تا جلوه بیرونی خوبی از خودتان بسازید. اما برندسازی به چه معناست؟

در واقع برندسازی به مجموعه اقداماتی گفته می‌شود که نحوه درک نسبت به کمپانی، سازمان یا شخص شما را شکل می‌دهد. قطعا این ادراک خریداران نیست که از وجود آنها بیرون می‌آید و گوشی آیفون را می‌خرد. اما درک آنها به یک دلیل خیلی مهم است: ادراک باعث دیکته‌شدن رفتار می‌شود. براساس تحقیقات روان‌شناسانه و اجتماعی می‌بینیم که حتی وقتی فکر می‌کنیم همه چیز تحت کنترل است، اغلب مواقع رفتار ما تحث تاثیر محرک‌هایی قرار می‌گیرد که کاملا ناخودآگاه است.

خلاصه اینکه نحوه درک افراد از یک برند، کاملا نحوه تعامل و رفتار آنها با کسب و کار را مشخص می‌کند.

البته ناگفته نماند به اعتقاد بسیاری از کارشناسان برندسازی با برندینگ تفاوت دارد. در واقع در برندسازی شما مشغول ساخت یک برند و افزایش آگاهی نسبت به آن هستید. اما در برندینگ همان مجموعه اقداماتی را انجام می‌دهید که مربوط به خلق ارزش برای مشتری و نحوه درک او از کسب و کار می‌شود. اما مرسوم است که از همان واژه برندسازی استفاده می‌شود.

مزایای برندسازی

یکی از مهمترین اهداف هر کسب و کاری که هیچ‌گاه متوقف نمی‌شود، برندسازی است. اما این کار چه مزایایی دارد که باعث شده تا این اندازه مهم باشد.

افزایش آگاهی از برند: بدون شک یکی از مهمترین مزایای برندسازی، افزایش آگاهی از برند است؛ چرا که باعث می‌شود مخاطبان بیشتری با کسب و کار شما آشنا شوند.

افزایش مشتریان و فروش: طبیعتا هر چه افراد بیشتری با کسب و کار شما آشنا شوند در نتیجه درک بهتری خواهند داشت و همین مسئله باعث می‌شود اعتماد آنها نسبت به شما افزایش پیدا کند. در نهاین این مسئله کمک می‌کند تا مشتریان بیشتری پیدا کنید.

افزایش اعتبار: برندهایی که قوی‌تر هستند، اعتبار بیشتری دارند؛ چرا که باعث می‌شود افراد زیادی به آنها سر بزنند و این کسب و کار را یک منبع موثق بدانند.

ارتقای ارزش کسب و کار: یکی دیگر از مهمترین مزیت‌های برندسازی خوب این است که رفته‌رفته جایگاه بسیار خوبی در بازار پیدا می‌کنید و همین امر باعث ارتقای ارزش برند شما می‌شود.

رضایت و خوشحالی کارکنان: کاملا طبیعی است که همه تلاش کنند در یکی از برندهای سرشناس مشغول به کار شوند. علاوه بر این کارکنان فعلی نیز از اینکه برای یک برند کار می‌کنند کاملا راضی و خوشحال خواهند بود.

تفاوت نام تجاری و برند چیست؟

اکنون وقت آن است برایتان توضیح دهیم تفاوت نام تجاری و برند چیست. درمورد برندسازی اصطلاحات بسیاری وجود دارد و می‌تواند پیچیده‌تر از آنچه هست به نظر برسد. به خصوص ازآنجاکه تعریف و معنی برند در طول زمان تغییر کرده، این موضوع حتی چالش‌برانگیزتر نیز شده است.

پس بیایید لحظه‌ای به کشتارگاه‌ها در اوایل دهه ۱۹۰۰ برگردیم تا ریشه‌های این موضوع را پیدا کنیم.

در آن زمان، گله‌داران گاو در ایالات متحده شروع به «علامت‌گذاری» حیوانات خود با اتوهای داغ کردند تا راحت‌تر تشخیص دهند هر حیوان به چه مزرعه‌ای تعلق دارد. و به همین سادگی واژه‌ی «برند» متولد شد.

اما بیش از ۱۰۰ سال پس از آن، معنی برند تغییر کرده است و اکنون علامت سوخته‌کاری‌شده‌ بر روی پوست گاو در دسته‌ی «نام تجاری» قرار می‌گیرد. چرا؟ به این دلیل که این نام در معرض دید مشتری قرار دارد و شما می‌توانید به سرعت آن را به‌عنوان یک محصول برآمده از شرکتی خاص شناسایی کنید. خواه در یک وب‌سایت یا روی یک بسته‌بندی نوشته شده باشد و خواه در یک خبرنامه، وبلاگ یا روی یک گاو نوشته‌ شده باشد.