

Budowanie marki – od pomysłu do sukcesu

Marketing i sprzedaż | Publikacje / Aldona Kucner / wykładowca programu MBA w WSB we Wrocławiu

Czy wiesz, że dziennie widzisz 3-7 tys. znaków? Marki to znaczna część z nich. Postrzeganie rzeczywistości w kategorii symbolu jest naturalne, ale świadome kreowanie wizerunku jest wciąż obszarem fascynującym, wymagającym kreatywności oraz innowacji. Zobacz dotyczące tego zagadnienia nagranie ze szkolenia, które poprowadziła we Wrocławiu Aldona Kucner podczas zajęć otwartych studiów MBA w Wyższej Szkole Bankowej.

TREŚĆ ARTYKUŁU:

Jaka jest różnica między produktem markowym a podróbką bez metki, jeśli obydwa przedmioty zostały wykonane w tej samej fabryce (przykład produkcji ubrań w sycylijskich szwalniach)? Jeśli w tej samej fabryce są tworzone produkty różnych marek, który jest lepszy?

A jak do tego ma się strategia naśladowcy - usprawniacza goniącego lidera (przykład Samsung vs Apple)? Tworzy on nową markę czy także podróbki?

Czy warto stawiać w budowaniu marki na emocje (przykłady z branży motoryzacyjnej)? Jak najskuteczniej kreować wizerunek?

Zobacz dotyczące tych zagadnień nagranie z warsztatu z Aldoną Kucner, wykładowcą programu MBA w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu.