

هر آنچه باید درباره تصویر یک برند اطلاعات داشته باشیم



تصویر یک برند نقش اصلی را در تعیین اینکه کدام برندها می‌توانند ماندگاری بهتر و موفقیت در بازارهای نسبی خود داشته باشند، ایفا می‌کند. در این مقاله به ایجاد کردن، بهبود بخشیدن و اهمیت تصویر برای برند می‌پردازیم.

تصویر برند به چه معنی است؟

برای تقلیل دادن نویز، باید یک تصویر برند قوی داشته باشید. **تصویر یک برند**، درک مشتری از برند شما بر اساس تعاملات آنها محسوب می‌شود. این موضوع قادر است در طول زمان تکامل یابد و لزوماً دربرگیرنده خرید یا استفاده از محصولات یا خدمات شما به وسیله مشتری نمی‌شود. از آنجایی که مشتریان می‌توانند عقاید متفاوتی در مورد برند شما داشته باشند، اهمیت دارد که سخت تلاش کنید تا تصویر برند ثابتی انتخاب کنید.

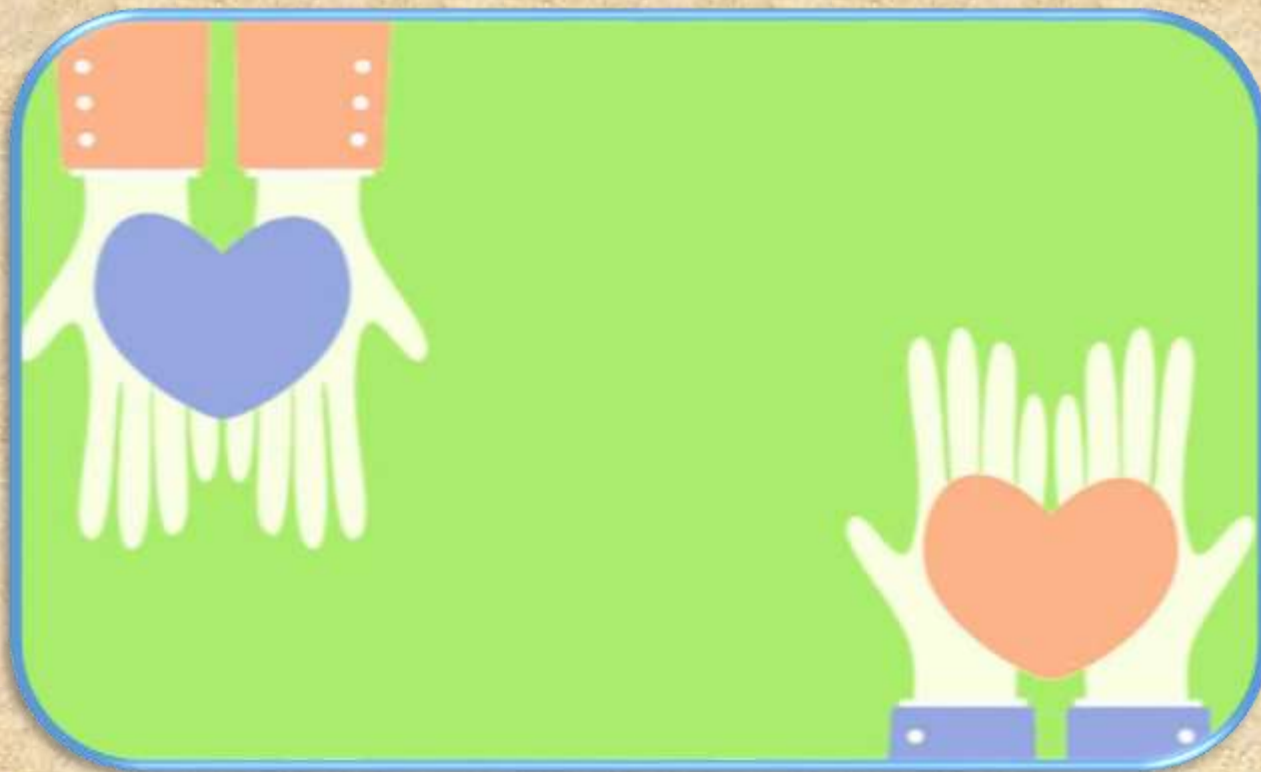
مشاغل زمان زیادی را صرف مدیریت شخصیت برند، صدا و جایگاه برند در بازار می‌کنند. همه اینها به نحوه تعامل مشتری با برند شما و درک آن کمک به سزایی می‌کند، که در تصویر برند به اوج خود می‌رسد.

تصویر یک برند همه چیز در مورد این است که مصرف کنندگان چه احساسی نسبت به یک برند دارند؟ توجه به این نکته مهم است که حتی کسانی که به محصولات یا خدمات شما نیازی ندارند یا از آنها استفاده نمی‌کنند، قادرند اکیپ‌هایی تشکیل دهند و تصویری از شما به همان روش ایجاد کنند، بنابراین تصویر برند در تمامی عرصه‌ها ضرورت دارد.

تفاوت تصویر یک برند از مابقی مفاهیم مرتبط با برندسازی

هویت یک برند مرتبط با چیزی است که شرکت قصد دارد درباره خود و انجمن‌هایی که می‌خواهند مشتریان تشکیل دهند، بدون توجه به اینکه نتیجه نهایی باشد یا خیر، ارتباط برقرار کند.

این تصویرنهایی است که مصرف کنندگان در واقع دارند و تصویر یک برند است. یک شرکت می‌تواند هویت برند خود را کنترل کند و همیشه سعی کند آن را با تصویر برندی که در خارج در ذهن مصرف کنندگان وجود دارد یکی کند.



تصویر برند در مقابل آگاهی از برند

آگاهی داشتن از برند نیز معمولاً با تصویر برند اشتباه گرفته می‌شود.

آگاهی از برند به این موضوع مربوط می‌شود که مصرف‌کنندگان چگونه می‌توانند در هنگام شروع جستجوی محصول یا خدمات به یک برند فکر کنند. همه چیز در مورد برجستگی برند و میزان برجسته بودن یک برند در ذهن مصرف‌کننده است.

با این وجود، تصویر برند مرتبط با دریافت‌های برند است که در طول زمان به وجود می‌آید و تصویری از برند را به طور کلی رسم می‌کنند.

چرا تصویر یک برند اهمیت بالایی دارد؟

- **مزیت رقابتی**

تصویر یک برند می‌تواند تاثیر مثبتی بر ارزش ویژه برند داشته باشد و بنابراین برای کسب سهم بیشتری از بازار است. این موضوع به شرکت‌ها این فرصت را می‌دهد تا قیمت‌های ویژه‌ای را در نظر بگیرند، که مشتریان تمایل دارند آن را بپردازند.

- **شهرت مثبت**

یک تصویر مثبت از برند به این معنی است که مشتریان موجود و بالقوه برند شما را به عنوان برندی می‌بینند که نیازهای آنها را با موفقیت محقق می‌کند.

- **بازتاب کلی مدیریت**

همان گونه که به وسیله مصرف کنندگان درک می‌شود، تصویر برند شما را می‌توان به عنوان بازتابی از اینکه چگونه تجارت خود را به خوبی مدیریت می‌کنید. این مبحث بر میزان رقابت شما با سایر شرکت‌های فعلی تأثیر می‌گذارد.

به چه نحو تصویر برای برند بسازیم؟

۱. روی هویت برند خود کار کنید.

یک شرکت قادر نیست تصویر برند خود را کنترل کند اما می‌تواند هویت برند خود را مدیریت کند. بنابراین مهم است که به درستی درک کنید که می‌خواهید برند شما برای چه چیزی باشد و این موضوع را به طور موثر به بازار و فراتر از آن انتقال دهید.

اطمینان از اینکه ارزش‌ها و مأموریت‌های شما برای مخاطب هدف شما ارزشمند هستند، ضروری است. مشتری محور بودن شما را قادر می‌سازد به طور غیرمستقیم بر ارتباطاتی که مصرف کنندگان نسبت به شما ایجاد می‌کنند تأثیر بگذارد. همین موضوع به شما این فرصت را می‌دهد به طور غیرمستقیم بر ایجاد تصاویر برند اثرگذار باشید.

۲. تجربیات مثبت برای مشتری فراهم کنید.

تصویر یک برند به وسیله تجربیات مستقیم مشتریان با برند شما شکل می‌گیرد. بنابراین ایجاد یک تأثیر خوب در تمام نقاط تماس مشتری بسیار مهم است.

این ممکن است یک تجربه آنلاین یکپارچه یا یک تجربه فیزیکی در فروشگاه باشد که از خدمات مشتری عالی تشکیل شده است. این به معنای کارمندان آموزش دیده و مشتاق و همچنین اطمینان از تمیز بودن فروشگاه شما و دسترسی آسان به بسته بندی و جذاب بودن بسته بندی شما و هویت مورد نظر شما است.

۳. برند خود را در موقعیت خوبی قرار دهید.

موقعیتیابی به این موضوع مربوط می‌شود که چگونه می‌خواهید ارزشی را به مشتریان به روشی منحصر به فرد و شخصی به مشتری هدف خود ارائه دهید.

۴. روی ارتباطات موثر سرمایه گذاری کنید.

فرموله کردن هویت مورد نظر شما و تلاش برای شکل دادن به تصویر واقعی مصرف کننده سودی ندارد. تصویر برند را می‌توان تحت تأثیر تبلیغات با خلاقیت بالا به وجود آورد. در نهایت، تصورات قوی، منحصر به فرد و مرتبط را در ذهن مصرف کنندگان به وجود آورد.



به چه نحوی تصویر یک برند را بهبود دهیم؟

از آنجایی که سازمان‌ها فقط می‌توانند تصویر یک برند را به طور غیرمستقیم و در حد کمی کنترل کنند. مهم است که تصویر یک برند موجود خود را به بهترین شکل ممکن بهبود بخشید. این کار را می‌توان به روش‌های بسیار عملی انجام داد.

- نظارت دهان به دهان، که قادر است بر شکل‌گیری ادراکی کمک کند.
- اطمینان از تحویل مداوم ارزشی که در بیانیه موقعیت یابی خود به مصرف‌کنندگان قول داده اید
- به طور مداوم ارزش‌ها و ویژگی‌های منحصر به فرد خود را به وسیله استراتژی‌های بازاریابی به اشتراک بگذارید
- ارائه محصولات یا خدمات با کیفیت بالا، با تمرکز بر تجربه مشتری.

شیوه اندازه‌گیری تصویر یک برند

اندازه‌گیری تصویر یک برند با استفاده از یک سنجش می‌تواند مشکل باشد زیرا به ادراکات ذهنی مرتبط است. با این وجود، این موضوع مهم در اجازه دادن به مدیران برای شناسایی تداعی‌های مثبت و منفی برند خود باقی می‌ماند.

برخی از سبک‌هایی که می‌توانید تصویر یک برند را بسنجید:

- اندازه‌گیری درک برند از طریق گروه‌های متمرکز، نظرسنجی‌ها و گوش دادن به رسانه‌های اجتماعی
- این شامل درک نحوه مشتریان از برند شما می‌شود. هرچه برداشت آنها مثبت‌تر باشد، تصویر برند شما مطلوب‌تر است.

نظرسنجی‌های ادراک برند به شرکت‌ها این فرصت را می‌دهد، ارزیابی کنند که چگونه مصرف‌کنندگان با برندشان ارتباط برقرار می‌کنند و تا چه اندازه ارزش‌ها را درک می‌کنند.

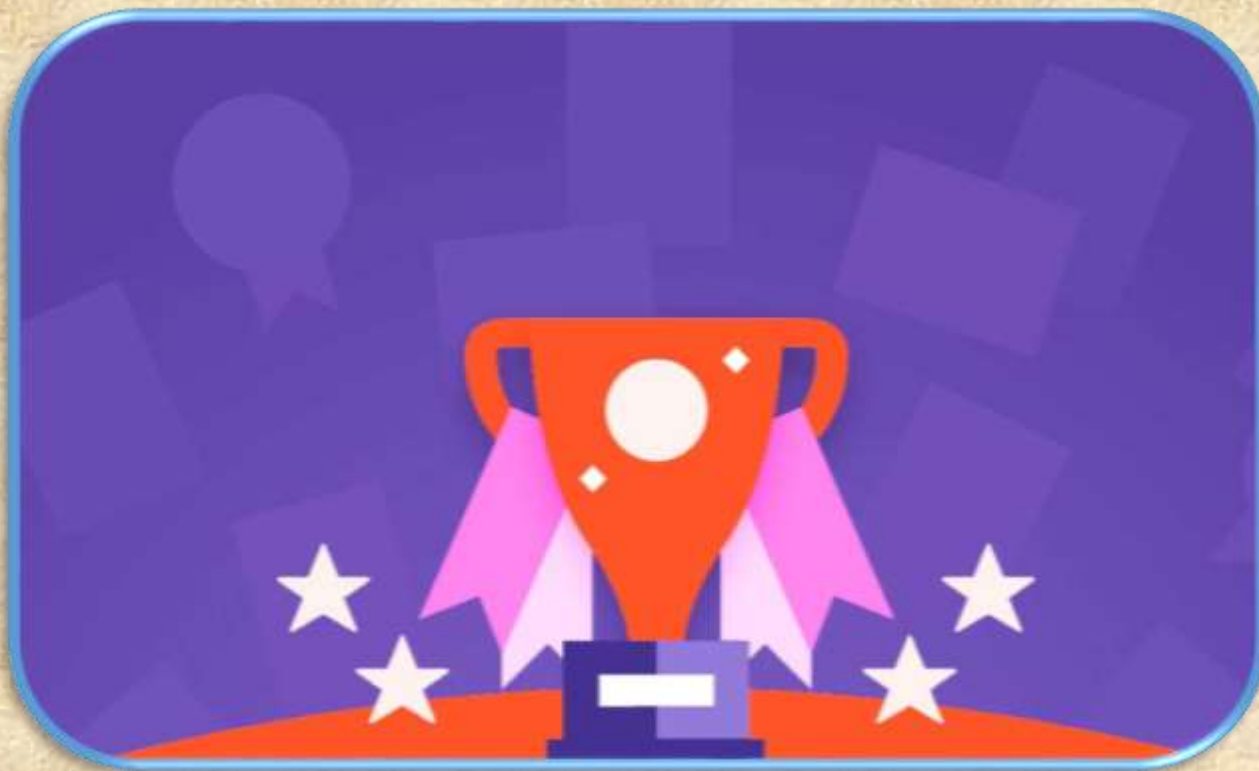
• نقشه‌های مفهومی برای یک برند

این‌ها ظهور مجدد بصری یادآوری‌های برند هستند که به وسیله مصرف‌کنندگان شکل گرفته است.

اولین قدم شناسایی مجموعه‌ای از انجمن‌ها به وسیله انجام تحقیقات بازار است. ثانیاً، یک سازمان می‌تواند این تداعی‌ها را به‌عنوان مرتبط با نام تجاری خود ترسیم کند.

• مقیاس بندی

در این روش از صفت‌ها یا قیده‌های متضاد همچون نقطه پایانی در مقیاس به کار می‌برند که مشتریان می‌توانند از آنها برای رتبه بندی یک برند استفاده کنند. هر پاسخ را با یک نمره عددی مشخص می‌شود که سپس می‌توان از آن برای یافتن میانگین استفاده کرد.



چرا تصویر برند موضوعی مهم است؟

امروزه، بسیاری از مصرف‌کنندگان محصولات شما را صرفاً به این دلیل که بهترین محصول را دارید، نمی‌خرند. در واقع، یک مطالعه مرور کسب و کار نشان داد که ۶۴ درصد از مصرف‌کنندگان می‌گویند که ارزش‌های مشترک دلیل اصلی ارتباط آنها با یک برند است.

سطح آگاهی شما از برند در بازار هدف‌تان چقدر است؟

اهمیت تصویر برند

شاید تا به حال متوجه شده باشید که داشتن یک تصویر برند قوی که با مخاطبان شما ارتباط برقرار می‌کند مهم است.

در اینجا فقط چند دلیل وجود دارد که چرا باید بر ایجاد یا ارتقای تصویر برند خود تمرکز کنید.

۱. تصویر قوی از برند، شناخت را بهبود می‌بخشد.
۲. تصویر برند قوی باعث ایجاد ارجاع می‌شود.
۳. تصویر برند قوی باعث افزایش درآمد می‌شود.

چه چیزی باعث ایجاد تصویر برند می‌شود؟

شرکت‌ها بیشتر زمان، تلاش و منابع خود را صرف ساختن هویت برند خود می‌کنند. آن‌ها خودشان تصمیم می‌گیرند که برندشان چگونه باشد. شرکت‌ها خود مشخص می‌کنند مشتری در هنگام تماس با برند چه احساسی داشته باشد یا برند در کجای ذهن مصرف‌کننده قرار گیرد. در حال حاضر، همیشه لازم نیست که یک تصویر از تعامل و تجربه با برند شکل بگیرد. مواقعی وجود دارد که مشتریان بالقوه پس از خواندن اخبار مربوط به برند تصویری از برند در ذهن خود به وجود می‌آورند.

این دقیقاً همانند انسان است. وقتی با فردی ملاقات می‌کنیم، شخصیت او را ارزیابی می‌کنیم و بر اساس تعاملات خود، تصویری از او در ذهن خود شکل می‌دهیم.

نمونه‌هایی از تصویر یک برند

کوکاکولا برندی است که به دلیل محصولی که بهترین استفاده را در زمان خوشحالی و تجربه خوب دارد، شناخته شده است. این کولای اصلی است و طعمی منحصر به فرد دارد.

مک دونالد تصویری از یک برند ارزان قیمت دارد که غذا را خیلی سریع سرو می‌کند.

المارت بیشتر به دلیل یک برند خرده‌فروشی که کالاها را با قیمت کمتری نسبت به خرده‌فروشان معمولی می‌فروشد، شناخته شده است.

رولزرویس یک برند ممتاز است که برای افراد ثروتمند و با نفوذ انحصاری است.

مدیریت گروه مشاوره سیدی با کمک جمعی از متخصصین عرصه مدیریت و بازار با تحلیل شرایط روز بازار ایران و همراهی با متولیان اصناف در گرایش‌های مختلف، مفتخر به کسب دستاوردی نو و اثربخش در زمینه‌های مدیریت، برنامه‌ریزی چرخه‌فعالیت، تحقیقات بازار و فروش یکپارچه جهت ارتقاء کسب و کار گردیده است.

هدف از خدمات این گروه مشاوره، کمک به چرخه‌های اقتصاد صنایع کوچک و متوسط می‌باشد!

گروه مشاوره سیدی سابقه همکاری با واحدهای خدماتی و صنعتی متفاوتی را در رزومه‌فعالیتی و پژوهشی خود دارد. آنچه در گروه مشاوره سیدی انجام می‌شود، خلق، پرورش، ظهور و عملیاتی‌سازی ایده، ایجاد کسب و کار، رشد کسب و کار تا مرحله شکوفایی می‌باشد.

شماره تماس: ۰۲۱-۴۴۰۵۰۳۰۰