

A close-up photograph showing a person's hand placing a white, three-dimensional letter 'N' onto a wooden surface. The letters 'B', 'R', 'A', and 'D' are already in place, forming the word 'BRAND'. The background is a soft-focus green, suggesting an outdoor setting with foliage. The lighting is bright and natural, creating a clean and professional aesthetic.

BRAND



دکتر میرمهیار میرصالح پور

دکتری اقتصاد

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت یاس نوین پارسه

کارشناس و مشاور کسب و کارهای کوچک



www.drmirsalehpour.ir



@drmirsalehpour



09384742562

واژه برند به معنی سوزاندن و حک کردن است .

از ابتدا فلسه برندینگ فلسه شناسایی می باشد

تعریف سازمان MAA از برند :
هرگونه نمادی که با هدف ایجاد تمایز برای بازار رقابتی هر سازمانی تعریف شود به آن برند گویند



A dark blue spiral-bound notebook is shown against a brown background. The notebook has a silver spiral binding on the left side. The cover features the title 'BRAND AND PRODUCT DIFFERENCES' in a bold, gold, serif font, centered on the right side. The top-right and bottom-right corners of the notebook are folded over, revealing a gold-colored inner layer.

**BRAND
AND
PRODUCT
DIFFERENCES**

برند از ۱۳۰۰ سال قبل از میلاد مسیح
وجود دارد .

برند هم آن چیزی است که در محصول
می بینیم و هم آن چیزی است که در
ذهن شما است .

در برند دو جنبه داریم که یک جنبه
خصوصیت عملکردی محصول است
(یعنی تصویری که از بردن نام یک برند
برای ما ایجاد می کند را دارد)
و دوم درگیری ذهنی که ایجاد می کند

باید بدانیم نوع محصول در وفاداری به

برند اهمیت دارد

در گروه کالاهای سوپر مارکتی وفاداری

به برند زیاد نیست

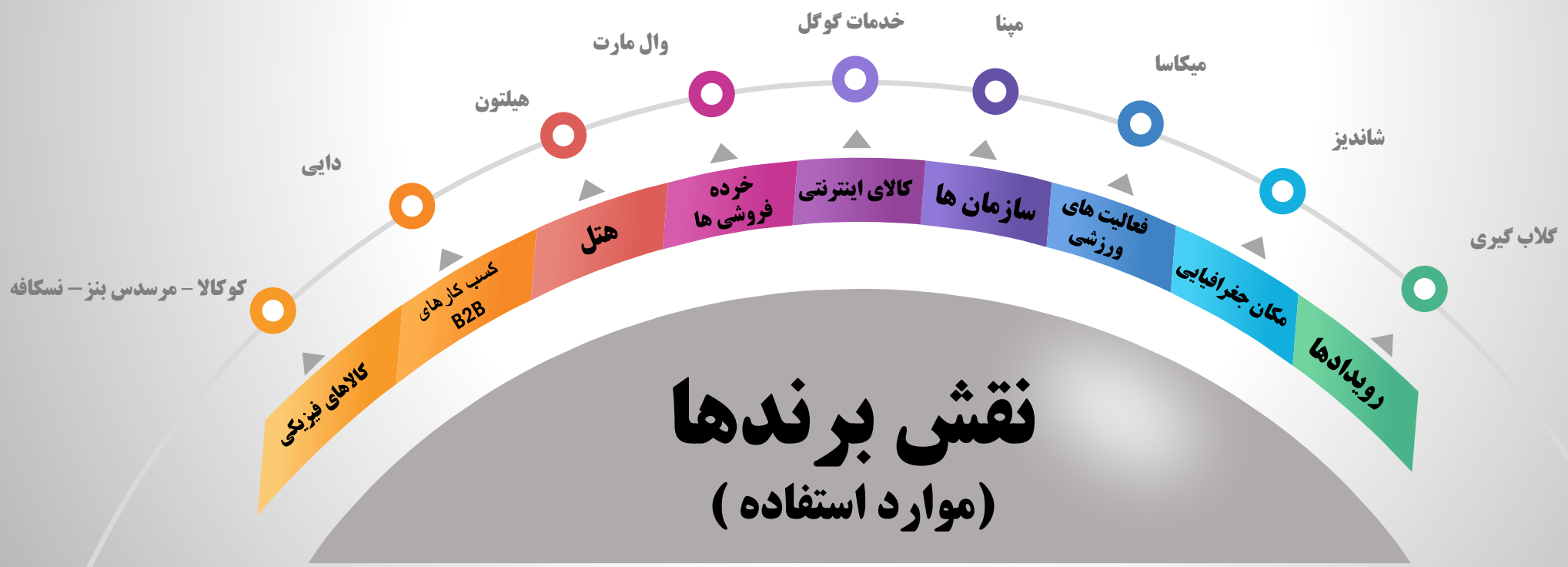
برای شناخت برند باید تجربه پیدا کرد

تفاوت مارک و برند

VS

مارک نام تجاری یک شرکت بر روی یک یا مجموعه ای از محصولات یا خدمات که آن محصول یا مجموعه را از دیگر اقسام متمایز می کند .

برند همان مارک است با این تفاوت که توسط قشر قابل توجهی از مشتریان مورد تایید قرار گرفته است و به عبارتی خاصیت تایید و انتخاب را گذرانده است .



ارزش ویژه برند از دیدگاه مشتریان

Customer Based Brand Equity

CBBE

ارزش ویژه برند

مستلزم سرمایه گذاری است



**ایجاد برند قدرتمند :
دانش برند**

ایجاد برند قدرتمند : دانش برند

1

آگاهی از برند



ماشین



کت شلوار

2

تصویر برند



سادگی
تنوع
سیب گاز زده
قیمت بالا
تنوع

ایجاد برند قدرتمند : دانش برند

1 ثبت نام برند در ذهن مصرف
کننده گام اول است



2

قرار گرفتن برند در مجموعه
مورد کامل مشتری



3

وفاداری مشتریان به یک برند



برای داشتن یک برند قدرتمند باید به ۴ سوال جواب دهیم

کیفیت آن چیست؟
(مصرف کننده چه کیفیتی را از ما می خواهد)

مصرف کننده ما چه کسی است؟

راجع به ما چه فکری میکند؟

تا چه میزان می خواهیم وفاداری ایجاد کنیم؟



مسیر موفقیت برند



قضاوت از برند



جایگاه سازی برند

برای اینکه برند ما موفق شود باید جایگاه ویژه

داشته باشد که یک بحث کاملاً احساسی است

فلسفه برند

در واقع فلسفه برند به ما می گوید محصول ما چیست ؟

برای نوشتن فلسفه برند ۳ کلمه باید داشته باشیم:

یک کلمه جزء کارکرد برند را نشان می دهد

یک جزء توصیفی را نشان می دهد

یک جزء هیجان را نشان می دهد



پنج عنصر اساسی برند

۱- نام

۲- لگو و نماد

۳- کارکتر

۴- شعار و طنین

۵- نوشته روی بسته بندی





دکتر میرمهیار میرصالح پور

دکتری اقتصاد

عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
مدیرعامل و عضو هیئت مدیره شرکت یاس نوین پارسه

کارشناس و مشاور کسب و کارهای کوچک



www.drmirsalehpour.ir



@drmirsalehpour



09384742562