

Akademia Młodego Ekonomisty



Zarządzanie marką

Mgr Agata Kilon

Uniwersytet w Białymstoku

17 marca 2016 r.

Organizatorzy





Akademia Młodego Ekonomisty

Co to jest marka?

- *Znak graficzny*
- *Logo*
- *Hasło*
- *Nazwa*
- *Połączenie tych elementów*



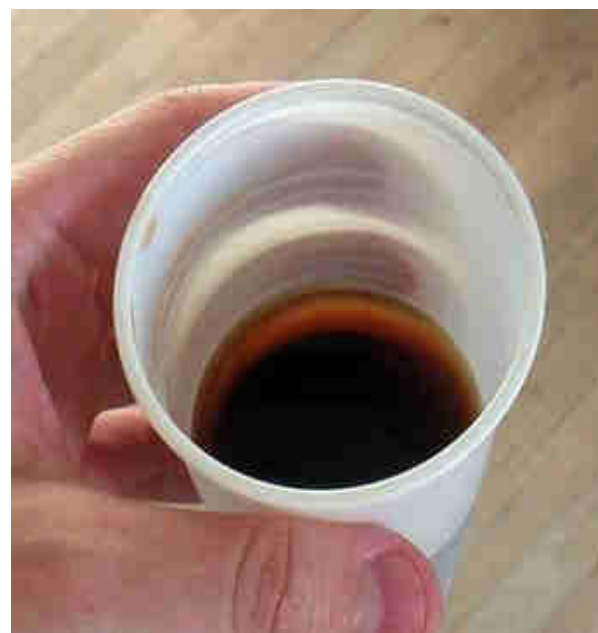
Akademia Młodego Ekonomisty

Który byście wybrali?



Akademia Młodego Ekonomisty

Czym różni się kawa od... kawy?



Akademia Młodego Ekonomisty

Jakie są korzyści z marki dla konsumenta?

Marki:

- *Ułatwiają zakupy*
- *Redukują ryzyko zakupu*
- *Efekt placebo*
- *„Wyjątkowość” kupujących*



Akademia Młodego Ekonomisty

Jakie są korzyści z silnej marki dla firm?

- *Wierność klientów*
- *Niższe nakłady na reklamę*
- *Długi cykl życia produktu*
- *Ułatwia wydłużanie linii produktów*



Identyfikatory marki: nazwa



Identyfikatory marki: znak graficzny



Identyfikatory marki: slogan



**MATKO
NIE ŻAŁUJ DZIECKU
CUKRU**



CUKIER WZMACNIA KOŚCI

2684 W każdej postaci: cukierki, marmeladki, czekolada, konfitury, soki
— — — — — etc — cukier daje siłę i zdrowie.

Marka indywidualna



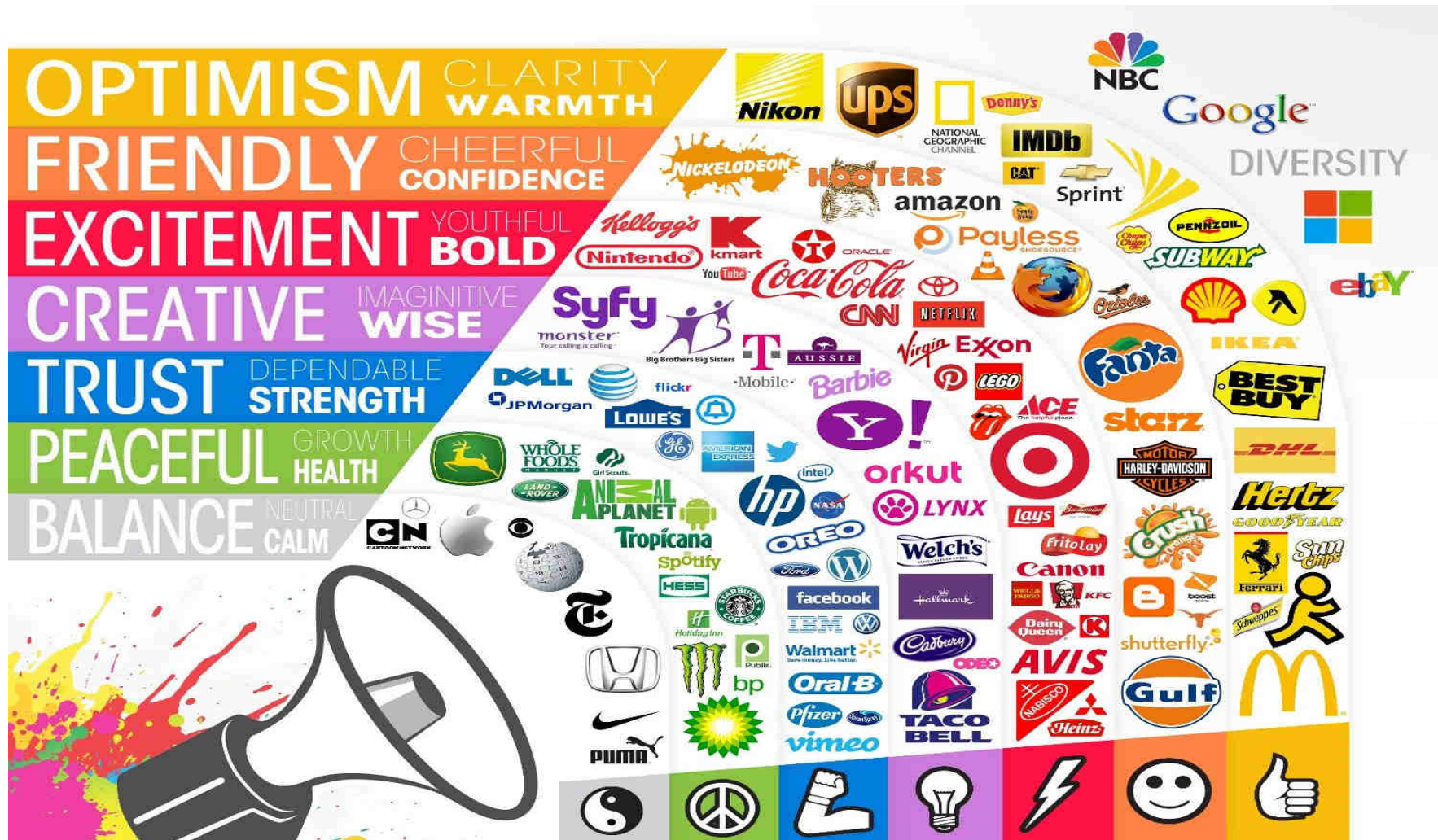
Marką rodzinną



Marka łączona



Identyfikatory marki: kolor



Najbardziej wartościowe marki świata

- 1. Apple*
- 2. Google*
- 3. Coca-Cola*
- 4. IBM*
- 5. Microsoft*
- 6. General Electric*
- 7. McDonalds*
- 8. Samsung*
- 9. Intel*
- 10. Toyota*

Wg Interbrand 2013



Apple



Początki : warsztat w garażu

Przywództwo +Innowacyjne pomysły:

✓ *Lata 80-te: Apple I, II,*

Macintosh

✓ *Lata 90-te: power boook,
pierwowzór palmtopa*

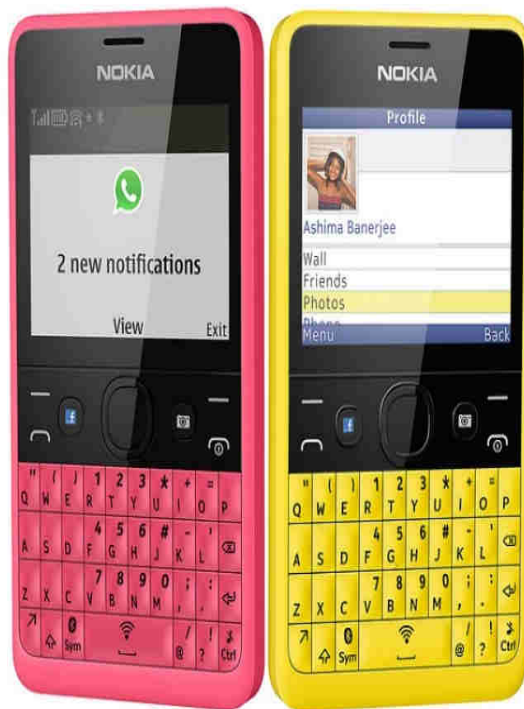
✓ *Po roku 2000: iPhone, tablet*



Rozszerzanie marki: Czy istnieje marka „do wszystkiego”?



Rozszerzanie marki: Czy istnieje marka „do wszystkiego”?



Czasem coś nie wychodzi...



- ✓ *Rozmycie marki*
- ✓ *Zła nazwa, kolor, skojarzenie*

Akademia Młodego Ekonomisty

Ryzyko: zachwianie wizerunku



Akademia Młodego Ekonomisty

Ryzyko: zachwianie wizerunku



*Wasze zadanie:
Nowy napój dla młodzieży*



Nazwa?

Projekt opakowania?

Hasło reklamowe?

Logo?

To „coś”...