

برندینگ؛ نقطه تعالی بازاریابی

مدرس اتاق ایران گفت: نقطه تعالی بازاریابی، برندینگ است و در حقیقت، هدف بازاریابی برندینگ بوده، شرایط تحریم نیز برای شرکت‌هایی که قصد برند شدن دارند، یک فرصت است.



به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی اصفهان **مازیار قاسم زاده**، مدرس دانشگاه و مشاور مدیریت بازاریابی و فروش در این کارگاه تصریح کرد: 80 درصد کالاها از نظر ماهیت یکسان هستند و برای اینکه بتوانیم در این بازار جایگاهی بیابیم، باید الزاما دیده شویم؛ زیرا تبلیغات امری تعاملی است. این مدرس اتاق ایران، برند را فرایند کاشت، داشت و برداشت ارزش های مادی و معنوی دانست و تصریح کرد: مدیریت برند فرایند انتخاب، ایجاد، تقویت و حفظ برند برای ادامه ارتباط، تشخیص، تمیز، ترجیح، وفاداری و ایجاد ارزش ویژه است. قاسم زاده ضمن اشاره بر اهمیت تبلیغات در کسب و کارها، بر ضرورت توجه به انتخاب رنگ مناسب در کالا و بسته بندی آن تاکید نمود. وی در تعریف بازاریابی گفت: بازاریابی رفع نیاز همراه با ایجاد نیاز بوده؛ ولی بازاریابی نوین به معنای ایجاد ارزش بوده و ارزش نیز میزان مقبولیت و کسب رفاه بیش تر برای مشتری است. مشاور مدیریت بازاریابی و فروش، دنیای نوین بازاریابی را دنیای مسئولیت پذیری دانست و افزود: تبلیغات باید جرقه ای برای یادآوری برند باشد و لازم است در تبلیغات در ابتدا اثربخش و سپس ثمربخش باشیم. قاسم زاده بسته بندی را نقطه عطف تبلیغات دانست و تاکید کرد: بسته بندی از دیدگاه فروشنده، عامل محافظت از کالا و از نظر علم بازاریابی دارای جنبه ارتباطی و اثربخشی است. شایان ذکر است که این کارگاه آموزشی طی 2 روز و به همت مرکز توسعه سرمایه انسانی اتاق بازرگانی اصفهان برگزار شد.