

Tipuri de Branding

Mihaela Brut

Facultatea de Informatică

mihaela@infoiasi.ro

<http://www.infoiasi.ro/~mihaela>

Definiție

- **Branding** ⇒ crearea unei experiențe extraordinare pentru utilizator.

- Pe Internet, branding-ul depășește granitele **logo-urilor, motto-urilor, mesajelor cheie și identitatilor vizuale** (acestea fiind doar metode de comunicare a unui mesaj), pentru a patrunde și crea o **interacțiune în timp real a clientului cu brand-ul.**

Branding

- Îndemânare nu doar în construirea reclamelor, ci și în plasarea lor în **contextul potrivit**.
- Proiectarea paginilor de web în jurul unui **motiv central**, direcționat de modul în care se va dori ca utilizatorii să se comporte.
- **Condiții obligatorii**: funcționalitatea de bază, viteza, navigare intuitivă, ușurința folosirii, calitatea conținutului, personalizarea, serviciul cu clienții și siguranța securității și personalității.

Exemple negative

- Un restaurant de 4 stele în care totul este ireproșabil, cu excepția faptului că în desert s-a stercurat o insectă...
- un magazin electronic al cărui sit se încarca repede, are un design încântător și un conținut ce pare flexibil, însă căutarea unui produs este o adevărată aventură...

Lexicon

□ "Look and Feel"

Impresia generală creată și menținută de-a lungul timpului prin prezența consistentă a brand-ului

□ Brand

Suma tuturor caracteristicilor, tangibile și intangibile, care fac o ofertă unică.

□ Brand Extension (Extensie de brand)

Un nou produs sau serviciu care este înrudit cu un brand existent, dar oferă un avantaj suplimentar și/sau vizează un segment diferit de public.

Lexicon

□ **Brand Harmonization**

(Armonizarea brandului)

Sincronizarea tuturor elementelor ce alcătuiesc identitatea de brand, de-a lungul unei linii de produse și servicii și/sau de-a lungul unor piețe geografice.

□ **Brand Identity** (Identitate de brand)

Manifestarea exterioară a esenței unui brand (de corporație, de produs, de servicii etc.).

Lexicon

□ **Brand Positioning**

(Poziționarea brandului)

Nișa specifică din mediul competitiv pe care brandul consideră că o ocupă, implicând: atribute de brand, beneficii pentru clienți, segmente țintă.

□ **Brand Revitalization**

O revizuire generală majoră a brandului, pornind de la poziționare și continuând cu regenerarea creativă a identității de brand.

Lexicon

□ **Branding**

Procesul prin care sunt dezvoltate simultan un brand și o identitate de brand.

□ **Co-Brand**

Furnizarea unei oferte comune de către două branduri puternice, în general egal promovate. Exemple: Chevron (companie petrolieră) și McDonalds, Visa și Citibank.

□ **Corporate Brand**

Profilul organizației, inclusiv filozofia și cultura promovată, precum și caracteristicile ei fizice.

Lexicon

□ **Digital Branding**

Utilizarea unor produse media digitale pentru a construi, gestiona și revitaliza relația unui brand cu audiența sa.

□ **Identitate**

1) Suma tuturor caracteristicilor, tangibile și intangibile, care fac o ofertă unică.

2) Elementele de identificare ale unui brand (e.g., nume, simbol, culori) prin care o ofertă poate fi localizată.

□ **Imagine**

Percepția trăsăturilor, tangibile și intangibile, care caracterizează un brand.

Lexicon

□ **Interactive Branding**

Procesul dezvoltării siturilor Web și a altor produse interactive, inclusiv strategia de dezvoltare a acestora, design-ul structural și grafic.

□ **Parent Brand**

Un brand puternic, având capacitatea:

- 1) să reprezinte singur un produs sau serviciu;
- 2) să coordoneze noi produse/servicii

Lexicon

□ Product Brand

Two meanings, both valid: 1) The gestalt of the brand, including its emotional and cultural associations as well as its physical features. 2) The graphic system of identification as applied to a single product or service or a family of products/services.

□ Service Brand

A brand representing a specific service or family of services.

Lexicon

□ Sub-Brand

A product or service that has a persona and brand values that separate it from the parent brand. A product or service that has its own brand identity, which is proprietary and can be trademarked.

□ Symbol

A "symbol" is an abstract sign to represent the brand.

Lexicon

□ Verbal Identity

The brand name and other verbal elements (e.g., descriptor or tag-line) of the brand signature.

□ Visual Identity

The symbol, colors, formats and other visual elements of the brand signature.

Corporate Branding

- Un brand care și-a legat numele în mod indisolubil de o serie de produse cunoscute și apreciate în toată lumea
- Exemple: **Sony**, **Coca Cola**, **IBM** sunt nume de firme care trimit imediat la produsele lor - televizoare și electronice, băuturi răcoritoare, computere.
- Contraexemplu: **Procter & Gamble** oferă produse de larg consum foarte cunoscute, însă sub alte nume decât **P&G** (ex., detergenții **Tide**, **Cheer**, **Era**)
→ **P&G** a optat pentru **branding de produs**

Corporate Branding

- Corporate branding \Rightarrow rezultatul tuturor experiențelor, întâlnirilor și percepțiilor unui client cu o companie.
- Scopul principal: construirea încrederii în companie
 - nu într-un produs sau un serviciu anume.

Branding de produs

- ❑ Produsul / serviciul sunt sinonime cu brand-ul.
- ❑ Scop: construirea încrederii în brand, a.î. consumator să identifice percepțiile despre produs cu imaginea brand-ului.
- ❑ Când cineva pronunță "**scutece**", se gândește automat la **Pampers**, fără a realiza neapărat că sunt fabricate de **P&G**.

Branding de nume

- Numele potrivit pentru o mărcă trebuie găsit imediat după conceperea ei
- Numele este **primul act public de branding**. Lansarea unui produs nou presupune o definire clară și sistematică a dezvoltării produsului, conceptului de dezvoltare, design-ului ambalajului, publicitate, relații publice și distribuție
- Numele existent de brand trebuie revizuit prin raportare la obiectivele pe termen lung

Branding de nume

- ❑ Numele ales trebuie analizat prin **reacția** pe care o au oamenii față de acesta (asocierea, notarea valorică a atributelor, potrivirea cu conceptul general și pronunția).
- ❑ Care sunt cele mai importante attribute/beneficii care trebuie comunicate?
- ❑ Cum ajută numele în diferențierea ofertei de cea a competitorilor?
- ❑ Care sunt emoțiile urmărite?

Branding vs. Lovemarks

- **Branding**-ul aspiră la respect și încredere din partea consumatorilor
- **Lovemarks** - brandurile care inspiră loialitate necondiționată, iubire din partea clienților
 - ⇒ brandurile cu charismă fără de care oamenii nu pot trăi.
 - ⇒ <http://lovemarks.com/>
- Kevin Roberts,
Lovemarks - the Future Beyond Brands

BrandBuilders



□ Template Central

Instant design solution for busy people



□ Mondo Rock

- Italian Fast Food Chain

□ Branding include identitatea firmei, detalii, design materiale promoționale



Grapefruit

<http://www.grapefruit.ro>

Domenii:

- Strategie de brand
- Identitate verbală
- Identitate vizuală
- Print & Packaging
- Design interactiv

<http://wireality.com/index.wire>

⇒ Forum întreținut de Grapefruit

Landor

<http://www.landor.com>

(Portfolio, Project Type)

⇒ Întregul palier de consultanță strategică în domeniul branding-ului și de servicii de design creativ:

[Consumer Branding](#)

[Corporate Branding](#)

[Digital Branding](#)

[Environmental Branding](#)



Brand Builders

- ❑ Wolff Olins: <http://www.wolff-olins.com/>
- ❑ Green Pixel: <http://www.greenpixel.ro/>
- ❑ Brandient: <http://www.brandient.com/ro/>
- ❑ Art Lebedev Studio: <http://www.artlebedev.com/>
- ❑ Interbrand: <http://www.interbrand.com/>

Brand Builders

- ❑ Meta Design:
<http://www.metadesign.de/>
- ❑ Lippincott Mercer:
<http://www.lippincottmercer.com/>
- ❑ Pentagram:
<http://www.pentagram.com/>
- ❑ MIT tangible Media Group:
<http://tangible.media.mit.edu/>
- ❑ Carre Noir:
<http://www.carrenoir.com/>

Bibliografie

- Identity Works:
<http://www.identityworks.com/>
- Logo Lounge:
<http://www.logolounge.com/>
- Igor: <http://www.igorinternational.com/>
- Whisper Brand Strategy Consultants:
<http://www.whisperbrand.com/>
- Jack Yan & Associates:
<http://www.jyanet.com/>

Bibliografie

- Enterprise IG: <http://www.enterpriseig.com/>
- Future Brand: <http://www.futurebrand.com/futurebrand.html>
- Karakter: <http://www.karakter.co.uk/>
- Gabi Toth: <http://www.toth.ro/>