



مدیریت تبلیغات و برندسازی

ملیحه سیاوشی، بهاره عابدین



www.iup.ac.ir

در حالی که محصولات آیفون بیشتر در کشورهای جنوب و شرق آسیا تولید می شوند، همه آن را به عنوان یک برند آمریکایی می شناسند. شرکت دل (Dell) نیز رایانه ها، سرورها، و چاپگرهای ساخته شده توسط سایر تولیدکنندگان را به فروش می رساند اما بسیاری معتقدند تولیدات دل، کیفیت بسیار بالایی دارند و حاضرند مبالغ بیشتری برای آن بپردازند. تناقضاتی از این دست، بسیاری و آن چه می تواند این تناقضات را تبیین کند این واقعیت است که مصرف کنندگان بر اساس ادراکات ذهنی خود (که البته از احساسات، اطلاعات و تجارب بیرونی آنها شکل گرفته) انتخاب می کنند. برندسازی دانشی است که به ساخت فعالانه این ادراکات در اذهان مشتریان می پردازد و پلی است بین محصول (خدمت) شرکت و مشتریان ایده آل آن، که به کوتاه کردن سفر خریدار برای انتخاب محصول شرکت کمک می کند. کتاب حاضر به زبان ساده به اصول کلی ساخت و معماری این پل می پردازد.

مدیریت تبلیغات و برندسازی

ملیحه سیاوشی، بهاره عابدین

دانشگاه جامع علمی کاربردی



172641653110000111111