



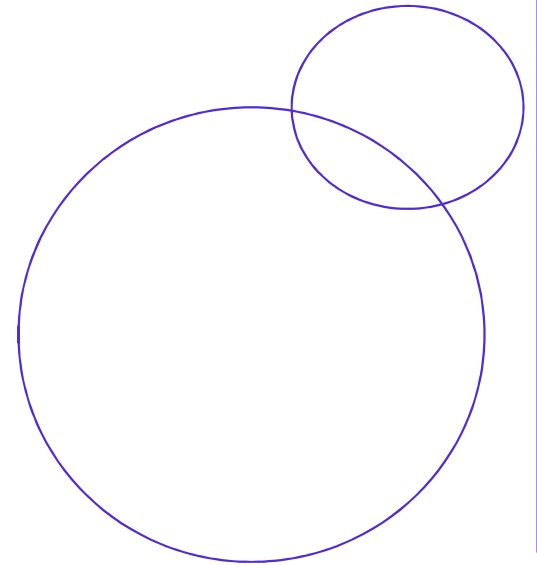
دوره DBA

# مبانی استراتژیک مدیریت برند

www.sadaghianifar.com

محمد رضا صدقیانی فر

www.sadaghianifar.com





جلسه هفتم

# برندسازی ملی

www.sadaghianifar.com

www

# برند ملی چیست؟



دیجی کالا digikala





تعریف برند ملی (ازنگاه ارزشی- احساسی)

مجموعه ارزش هایی که درقبال یک تجربه واحد و مطبوع ، ملت را قادر به وفاداری می نماید.

تعریف برند ملی (ازنگاه مدیریتی - استراتژیک)

برند ملی ، مدیریتِ استراتژیکِ روندی است که شامل طراحی و پیاده سازی برنامه های تجاری و فعالیت های

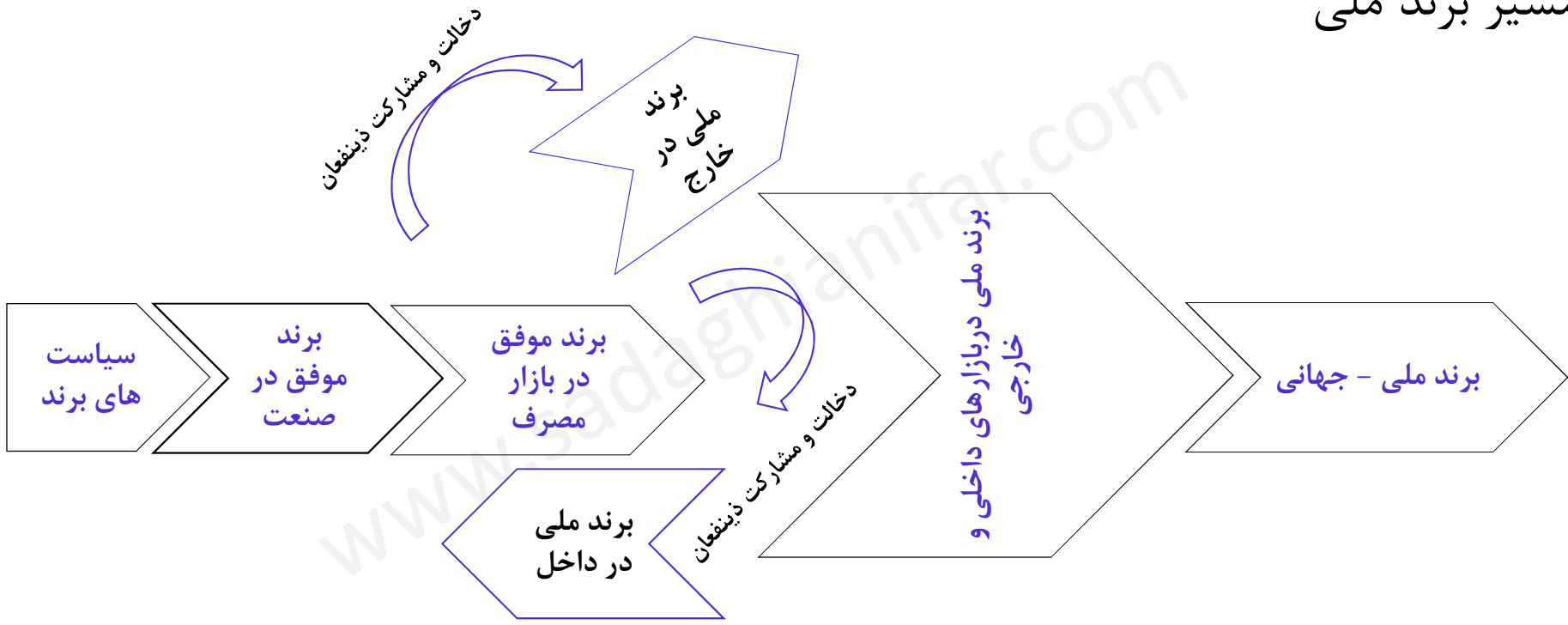
ساخت، حمایت، اندازه گیری و مدیریت ارزش ویژه می باشد.

دلیل ملی شدن یک برند چیست؟

برندهای موفق به دلیل آنکه ارزش های انسانی مردم دریافت کننده ی برند را منعکس میکنند رونق می یابند.



# مسیر برند ملی





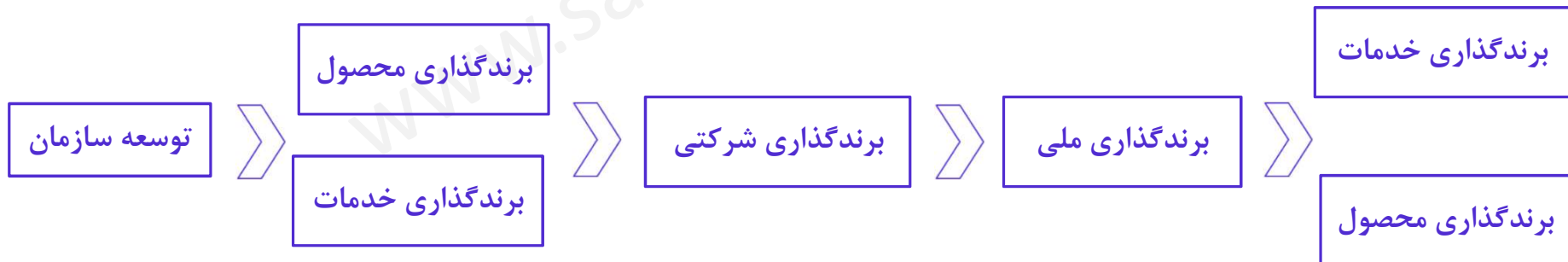
## روند کلی تجربه شده در سطح جهانی برای برند سازی ملی

- ۱- تلاش برای تشخیص صحیح ارزش ها و هنجارهای قراردادی از برند ملی
- ۲- شناسایی ذینفعان برند ملی برای ظاهر سازی تصورشان از برند ملی و تشویق آنها به مشارکت دولت ، بخش خصوصی ، سازمان های غیرانتفاعی ، رسانه ها
- ۳- تشریح برند ملی برای ذینفعان و درخواست از آنها برای تبیین تصوراتشان
- ۴- تشکیل کمیته های راهبردی و تعدیل های متعدد برای شکل دادن به ارکان اصلی موثر و مورد توافق در برند ملی
- ۵ - تنظیم اهداف ذینفعان ملی برای رسیدن به تصور واحد از برند ملی
- ۶ - فراهم آوری و تامین پیش شرط ها توسط ذینفعان به نوبه خود
- ۷- ایجاد ارتباطات مستمر بین ذینفعان (از طریق نشست ها ، همایش ها و ...) برای بروزرسانی اهداف و فعالیت ها و وظایف آنها



## شرکت بعنوان نماد و ذینفعی مهم در برند ملی

گسترش روزافزون برندهای شرکتی که ذینفعان از آن بعنوان ابزاری برای اهدافی متنوع شامل استخدام، بکارگیری منابع، سرمایه گذاری، رفتارشناسی مصرف کننده و تاثیر بر آن استفاده میکنند، زمینه توسعه مفهوم برند ملی است.





## منابع و ابعاد ارزش ویژه برند ملی

ارزش ویژه برند ملی بصورت دارایی های ملموس یا ناملموس داخلی یا خارجی یک ملت تعریف می شود.

دارایی های داخلی: دارایی های ذاتی و دارایی های پروردنی

دارایی های خارجی: دارایی های نیابتی و دارایی های پخشی





## دارایی داخلی

### دارایی ذاتی

نمادهای بصری: تصاویر، عناصر نمایشی، پرچم، افراد و اشخاص، بناها، نمادها

مناظر: طبیعت و امکانات گردشگری

فرهنگ: موسیقی، آیین ها و مراسم، آداب، ادبیات، سنت ها

### دارایی پروردنی (مدیریتی)

احساس تعلق داخلی: چالش های ارتباطی بین سازمان های متولی گسترش برند ملی با گستره ی بازار داخلی

حمایت از فنون: بکارگیری توانایی های داخلی بعنوان ذینفعان برند ملی و دعوت به مشارکت

سطح وفاداری: ارتقاء سطوح وفاداری به برند در میان مشتریان، متحدان، شرکا و سرمایه گذاران داخلی و خارجی



## دارایی خارجی

### دارایی نیابتی (مدیریتی)

پذیرش تصویری یک کشور در خارج: تناسب تصویر ارائه شده با حقیقت، رفع تصاویر یا تعابیر منفی راجع به کشور  
عرضه خارجی فرهنگ: تیم های ورزشی ، ارائه نمادهای ملی بصورت فیلم، اسطوره، رفتارهای فرهنگی گردشگران

### دارایی پخشی

سفیران برند: اشخاص یا افراد با هویت ملی که حامل پیام های ملی یا جهانی هستند  
صادرات برندگذاری شده: محصولات، خدمات، بسته بندی و توزیع، قیمت گذاری



## عناصر برند ملی

- نام برند: میزان صراحت، سادگی و بلاغت
- میراث: رویدادهای گذشته در طول عمر برند
- ویژگی های گرافیکی: لوگو، نوع خط، رنگ
- جایگاه سازی: فضای اشغال شده توسط برند در ذهن مشتریان هدف
- شخصیت و تصویر طرح ریزی شده: منش، خلاقیت و پویایی برند
- باورها و ارزش ها: مولفه های عاطفی، توصیفی و کیفیتی که فرد با برند مرتبط میداند و اهمیت روبه رشد اعتبار اجتماعی
- گرایش مصرف کنندگان به برند: رابطه بین مصرف کننده و برند
- گرایش برند به مصرف کنندگان: ضرورت مطالعه و رفتارشناسی و احترام به مصرف کننده توسط برند



## مفهومی از هویت و تصویر برند ملی

تاریخ ، زبان ، قلمرو ، رژیم سیاسی ، معماری ، ورزش ، ادبیات ، هنر ، مذهب ، سیستم آموزشی ، نمادها ، مناظر ، موسیقی ، غذا و نوشیدنی ، رسوم

هویت برند ملی

صادرات برندگذاری شده ، موفقیت های ورزشی ، روابط بازاریابی ، سفیران برند ، مصنوعات فرهنگی ، سیاست خارجی دولتها ، تجربیات توریستی

رابطه های هویت برند ملی

مصرف کنندگان داخلی ، مصرف کنندگان خارجی ، موسسات ملی ، موسسات خارجی ، سرمایه گذاری داخلی ، رسانه ها

تصویر برند ملی



[www.sadaghianifar.com](http://www.sadaghianifar.com)



sadaghianifar

[www.sadaghianifar@hotmail.com](mailto:www.sadaghianifar@hotmail.com)

0912-4969-112