

# KULTURÁLIS BRANDÉPÍTÉS DIGITÁLIS ESZKÖZÖKKEL

Budapest, 2014. november 6.

Kókai Nagy Tímea



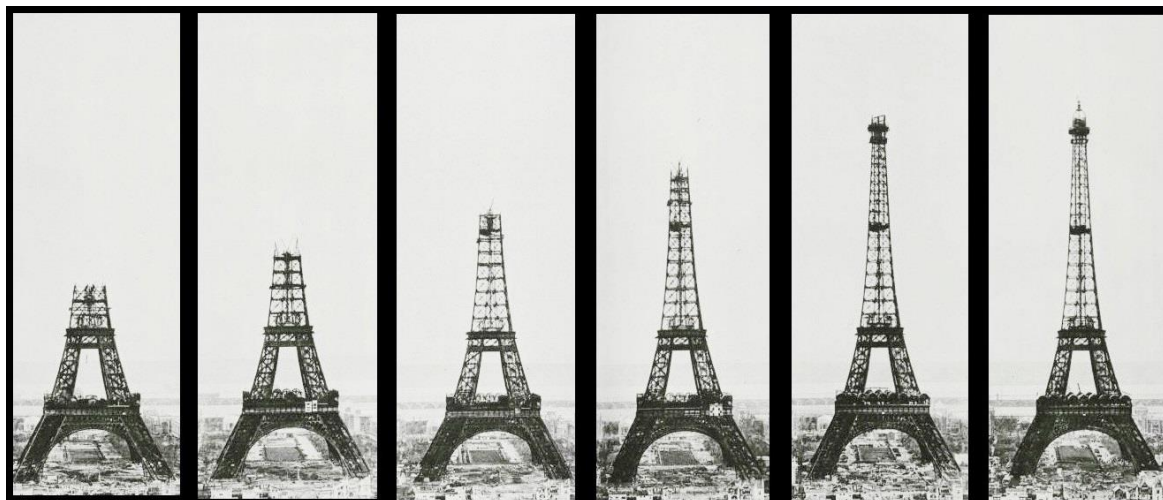
logovaults

# MÁRKA/BRAND

„EGY NÉV, KIFEJEZÉS, JEL, SZIMBÓLUM, DIZÁJN, VAGY EZEK KOMBINÁCIÓJA, AMELYNEK CÉLJA, HOGY EGY ELADÓ VAGY ELADÓI CSOPORT TERMÉKÉT VAGY SZOLGÁLTATÁSÁT AZONOSÍTSA, ÉS MEGKÜLÖNBÖZTESSE A VERSENYTÁRSAKÉTÓL.”

- AMERIKAI MARKETING SZÖVETSÉG -





# MÁRKAÉPÍTÉS

KI?

KINEK?

MIT?

MIÉRT?

HOL?

HOGYAN?

# KI?

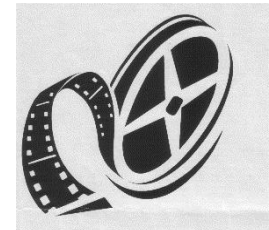
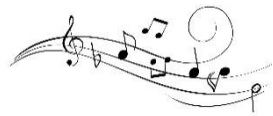
## 1. SAJÁT PROFIL MEGHATÁROZÁSA (+/-)

(MÁRKA CSAK AZ LEHET, AMI EREDETI)

## 2. VERSENYTÁRSÁK TEVÉKENYSÉGÉNEK ELEMZÉSE

- SZŰKEBB ÉRTELEMBEN: MÚZEUMOK

- TÁGABB ÉRTELEMBEN: MINDEN, AMI KULTÚRA

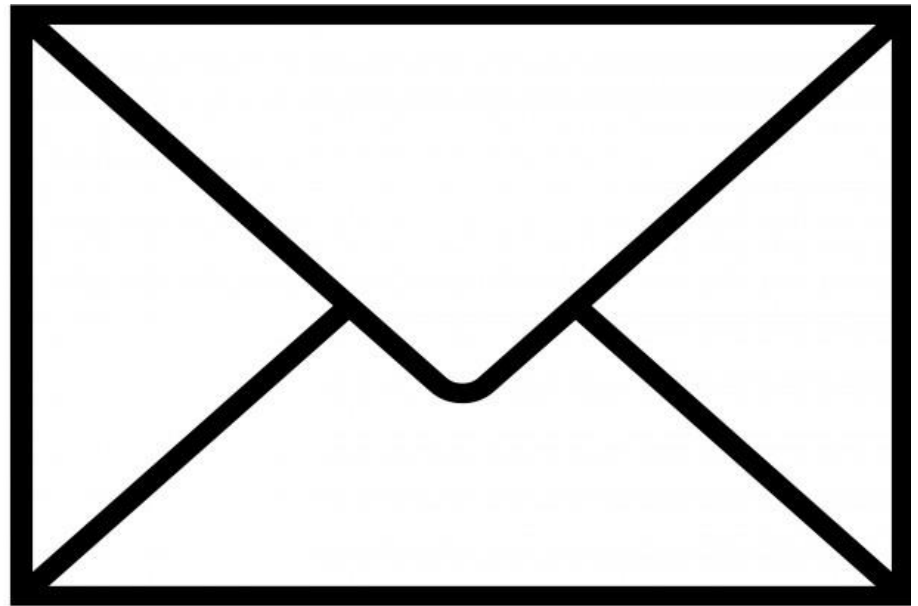




# KINEK?

CÉLCSOPORTOK, CÉLCSOPORT SZEGMENSEK  
MEGHATÁROZÁSA

1. ELSŐDLEGES (KÖZÖNSÉG – SAJÁT ÉS POTENCIÁLIS)
2. MÁSODLAGOS (SZAKMAI ÉS ÜZLETI PARTNEREK)



**MIT?**

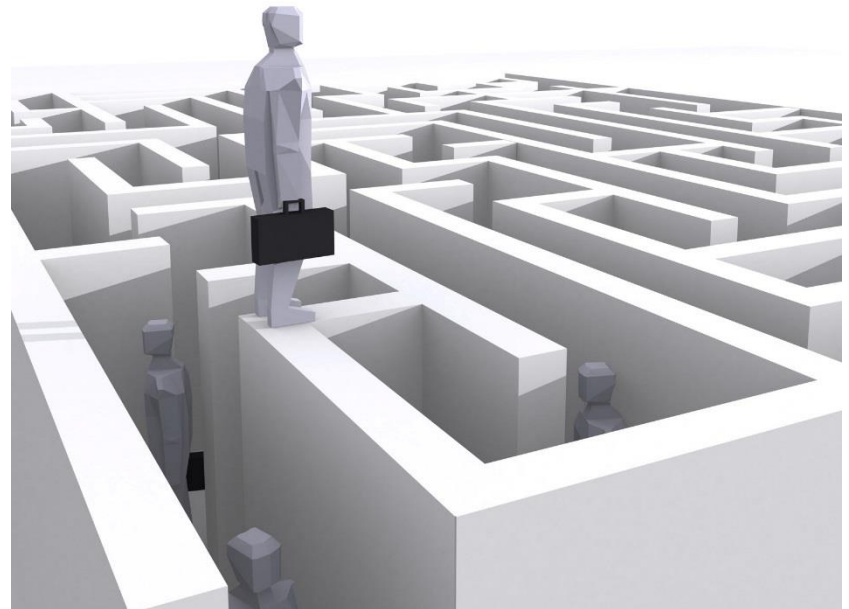
AZ ÜZENET MEGHATÁROZÁSA (POZICIONÁLÁS)

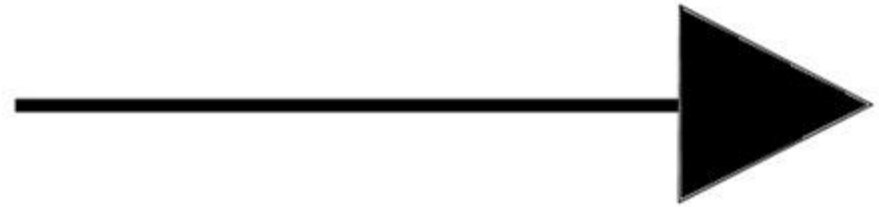
(MIT AKAROK KÖZVETÍTENI?)

# AZ ÜZENET

„HA NEM TUDOD ELMONDANI EGYSZERŰEN, MÉG NEM ÉRTED ELÉG GÉ.”

- ALBERT EINSTEIN -





## MIÉRT? - A CÉLOK/STRATÉGIA MEGHATÁROZÁSA

1. ÜZLETI CÉLOK
2. KOMMUNIKÁCIÓS CÉLOK
3. PSZICHOLÓGIAI CÉLOK



# HOL?

- WEBOLDAL (CONTENT, SEO)
- SEM (GOOGLE)
- DISPLAY
- SOCIAL MEDIA (KÉPMEGOSZTÓK, VIDEOMEGOSZTÓK, BLOGOK, FÓRUMOK STB.)
- OKOSTELEFONOK (APPLIKÁCIÓ)
- HÍRLEVELEK, E-DM  
STB.



# HOGYAN?



1. SZÁMOS FORMÁBAN MEGJELENHETÜNK, DE EZEKET ÖSSZE KELL HANGOLNUNK („KÖTELEZŐ” ÉS „AJÁNLOTT” ESZKÖZÖK)
2. HITELESSÉG
3. ŐSZINTESÉG ÉS SZEMÉLYESSÉG – MÁRKAHÚSÉG, KÖTŐDÉS KIALAKÍTÁSA
4. KÉTIRÁNYÚ KOMMUNIKÁCIÓ



**KÖSZÖNÖM A FIGYELMET!**

**KÓKAI NAGY TÍMEA**

**20/211-9536**

**[KNTIMEA@GMAIL.COM](mailto:KNTIMEA@GMAIL.COM)**