

MARKA Olmak için Milyonluk Bütçeler Şart mı?



KOBİ'ler için reklamın ötesine geçen, markalaşmayı sağlayan **3 Altın Kural**...

1. Şirketin **GÜVEN** hissettiren sözlerini tutması.
2. Şirketin sahici ve özgün **HİKAYE** kurgulaması.
3. İşin sahibinin aynı zamanda **İTİBAR** sahibi olması.



İşinin Sahibi

Emre Hasan Saylık | Işık Şerifsoy

Marka tabela deęil, müşteri için her seferinde tuttuęunuz "söz"dür...

İşin Sahibi için;

- Ürününüz harika ama teslimatınız aksıyorsa, müşteri aklında markanız "güvensizlik" olur.
- Vaatlerinizi operasyonel gücünüzle (sistemle) eşitleyin.
- Kurduęunuz sistem müşteriye verdiğiniz sözlerinizi tutmanızı sağlayan dayanağınızdır.

Marka logo değil, müşterinin aklında sizinle ilgili oluşagelen hikayedir...

İşin Sahibi için;

- Müşteri yalnızca ürün satın almaz; ona verdiğiniz anlamı, hissi ve aidiyeti de satın alır.
- Markanız ne sattığınız kadar, hikayenizi ve kendinizi nasıl anlattığınızla da oluşur.
- Müşteri bazen kahveyi değil, “o kahveyi içen kişi olma hissini” tercih eder.

KOBİ'lerde marka çoğu zaman patronun itibarının yansımasıdır...

İşin Sahibi için;

- “O öyle dediye yapar.” itibarı çoğu reklam kampanyasından daha değerlidir.
- Piyasada isminiz geçtiğinde davranışlarınız markanızın ses tonunu belirler.
- Özellikle KOBİ'ler için patronun itibarı aslında markanın görünmeyen logosudur.