

Voinko minä luoda brändin?

Ajattele, että brändi on yksilö. Miten hyvin voit kertoa ja kuvata tätä yksilöä, kuinka paljon yksityiskohtia pystyt kertomaan siitä kuka hän on, entä hänen tavoistaan tai luonteestaan?

Näitä samoja asioita voi hyvin helposti kysyä myös kaikista brändeistä, mutta yksi kaikkein tärkein kysymys on, miksi brändi alunperin luotiin, mitkä ovat sen tavoitteet, mihin brändillä ja brändinrakennuksella pyritään?

Lopulta voit todeta, että mitä enemmän kyseenalaistat brändien yksityiskohtia pohdiskelemalla asiaa, sen enemmän syntyy uusia lisäkysymyksiä...

Tietysti sinä voit luoda brändin!

Ennen aloittamista kannattaa kuitenkin pysähtyä hetkeksi miettimään brändin alkuperäistä merkitystä. Alunalkaen brändi ja brändäys saivat nimensä polttomerkeistä, joilla villinlännen cowboyt merkitsivät omaa karjaansa, kertoen kunkin eläimen omistajasta.

Myöhemmin brändäys sai uutta merkitystä ja siitä tuli yritysten ja tuotteiden polttomerkkejä; logoja, sloganeita, väriyhdistelmiä ja tavaramerkkejä.

Menestyäkseen jokaisen brändin täytyy siis vastata kolmeen tehtävään; erottaa tuotteesi ja yrityksesi, (lehmä) muiden vastaavista suurella laiumella, eli markkinoilla, ja olla selkeästi tunnistettavissa omiksesi myös kauempaa. Ai-niin, merkkisi on oltava olemassa vielä huomennakin...