



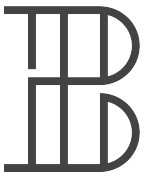
A márkaépítés evolúciója

Három lehetséges jövőbeni forgatókönyv

A jövőképek előtt



A jövőképek előtt



Tegyük tisztába a márka fogalmát és létezésének okát

A jövőképek előtt



1

Tegyük tisztába a márka fogalmát és létezésének okát

2

Vegyük számba, mikor épültek be az egyes márka összetevők a márkázás eszköztárába

A jövőképek előtt



1

Tegyük tisztába a márka fogalmát és létezésének okát

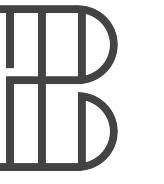
2

Vegyük számba, mikor épültek be az egyes márka összetevők a márkázás eszköztárába

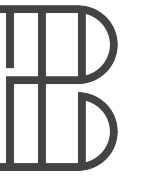
3

Nézzük meg, mi minden hatott a márkázásra és mire gyakorolt hatást a márkázás

Mit értsünk márkán?



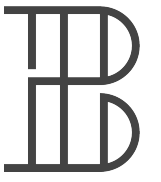
Mit értsünk márkán?



Praktikusan nézve mindazon
benyomások összessége, ami az
egyes emberek fejében él egy adott
vállalkozás, termék vagy
szolgáltatás kapcsán, és amely
képzet az újabb benyomások
hatására folyamatosan alakul.



Mit értsünk márkán?



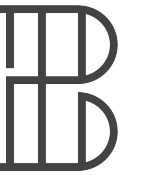
Praktikusan nézve mindazon benyomások összessége, ami az egyes emberek fejében él egy adott vállalkozás, termék vagy szolgáltatás kapcsán, és amely képzet az újabb benyomások hatására folyamatosan alakul.

Üzleti megközelítésben az a lényegi különbség, ami tartósan elkötelezi az embereket.

Miért léteznek márkák?



Miért léteznek márkák?



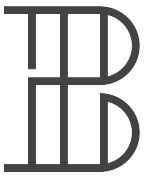
A márkázó szándéka szerint azért,
mert ettől anyagi hasznot,
valamilyen versenyelőnyt remél.

#kihangsúlyoz #emlékezetes

#jelentéstöbblet #árprémium #tartós

elköteleződés

Miért léteznek márkák?



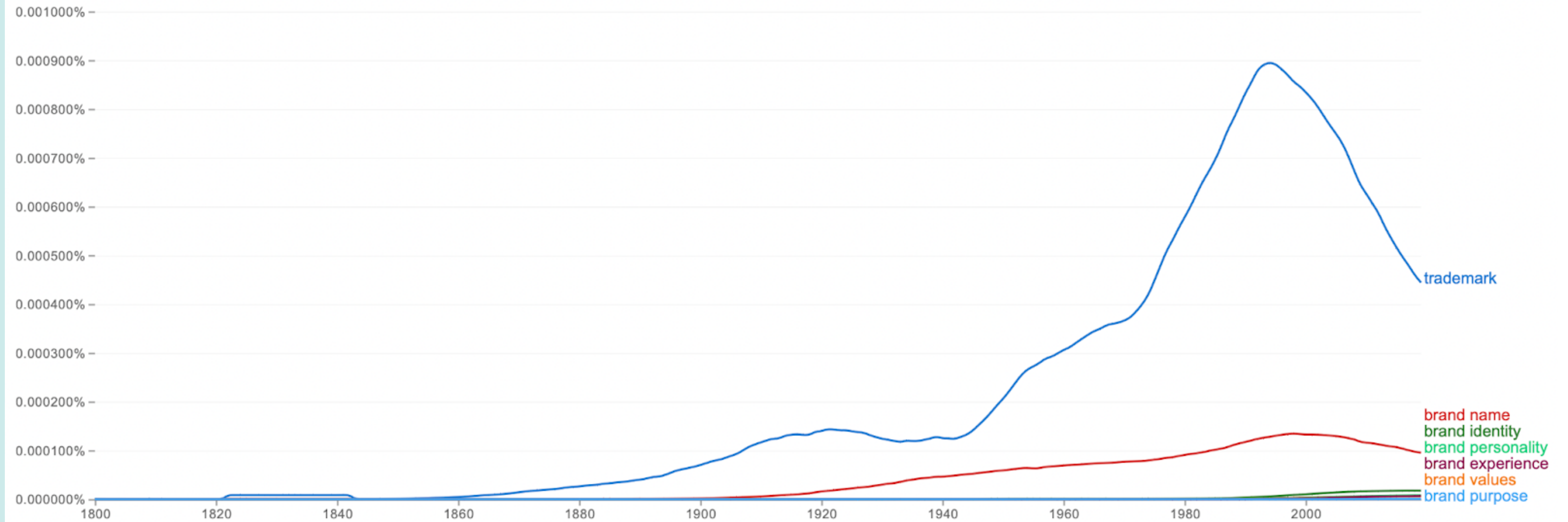
A márkázó szándéka szerint azért,
mert ettől anyagi hasznot,
valamilyen versenyelőnyt remél.

#kihangsúlyoz #emlékezetes
#jelentéstöbblet #árprémium #tartós
elköteleződés

Másrészt alapvető emberi
szükségleteket is képesek kielégíteni
a márkák.

#kapcsolat #öröm #választás szabadsága
#értékazonosság #összetartozás élménye
#öndefiníció #önkifejezés

Márkaösszetelevők beépülése



A márkázást alakító és az abból következő hatások

Technológiai fejlődés

Társadalmi normák
és kulturális értékek változásai

Környezeti és gazdasági
változások

A márkázást alakító és az abból következő hatások

A márkázást alakító és az abból következő hatások

Technológiai fejlődés
Társadalmi normák
és kulturális értékek változásai
Környezeti és gazdasági
változások

Negatív: túlfogyasztás,
kulturális homogenizáció,
társadalmi egyenlőtlenség
Pozitív: befolyás jó ügyekben
(választás / önkifejezés)

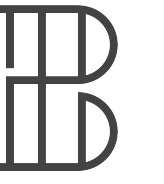
**Konzervatív
forgatókönyv**
A márkák
organikusan
fejlődnek



Fokozott személyre szabás
az adatok és az analitika
segítségével

Fokozott személyre szabás
az adatok és az analitika
segítségével

A fenntarthatóság
és a társadalmi
felelősségvállalás
hangsúlyozása



Fokozott személyre szabás
az adatok és az analitika
segítségével

A fenntarthatóság
és a társadalmi
felelősségvállalás
hangsúlyozása

Nagyobb hangsúlyt kap az
élményalapú márképítés



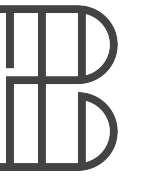
Fokozott személyre szabás
az adatok és az analitika
segítségével

A fenntarthatóság
és a társadalmi
felelősségvállalás
hangsúlyozása

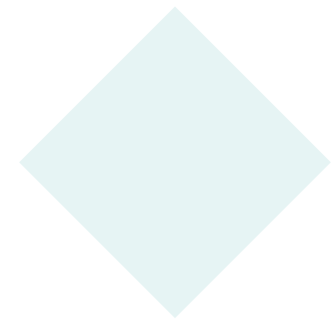
Nagyobb hangsúlyt kap az
élményalapú márkáépítés

A márkák az üzlet
lényegévé válnak

Gondolatébresztő kérdések a konzervatív forгатókönyvhöz

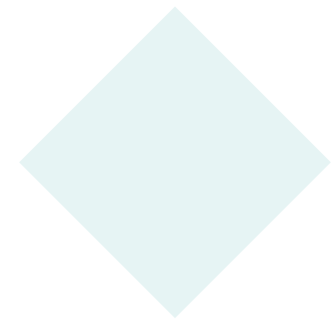


Gondolatébresztő kérdések a konzervatív forгатókönyvhöz

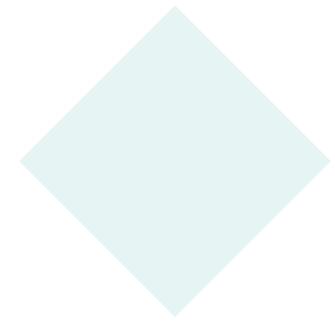


A védjegyek tűnnek el először?

Gondolatébresztő kérdések a konzervatív forgatókönyvhöz

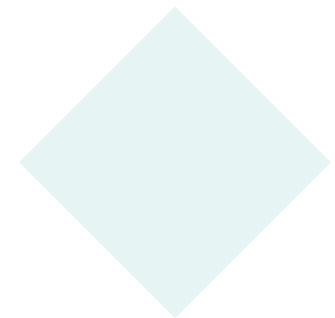


A védjegyek tűnnek el először?



Bizonyos kategóriák márka nélkülivé válnak?

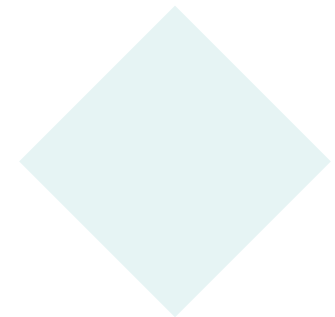
Gondolatébresztő kérdések a konzervatív forgatókönyvhöz



A védjegyek tűnnek el először?



Bizonyos kategóriák márka nélkülivé válnak?



Működhetnek-e még a dohánymárkák?

**Szélsőséges
forgatókönyv**
A márkák és a
márkaépítés
kihalnak

Mi teheti feleslegessé, minek hatására hagyhatunk fel a márkázás gyakorlatával?

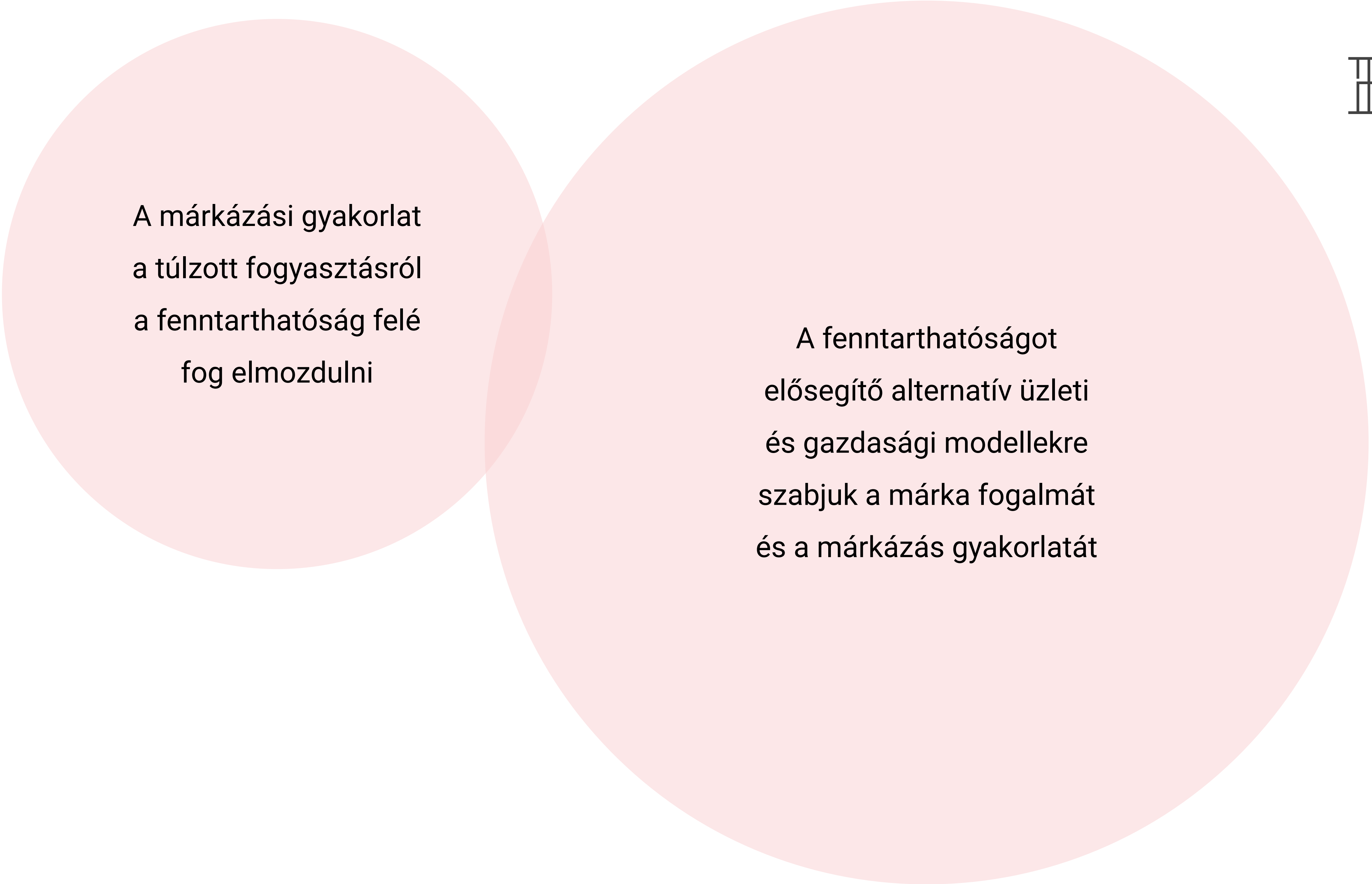
Mi vezethet oda, hogy a márkák eljelentéktelenednek, esetleg felszámoljuk a márkázás gyakorlatát?

Minek hatására tűnhet el a versenygazdaság és vele együtt a márkázás gyakorlata, mint annak egyik eszköze?

Milyen radikális technológiai változások tehetik elavulttá és feleslegessé a márkázást?

**Reális
forgatókönyv
A márkák
jelentős
változásokon
mennek
keresztül**

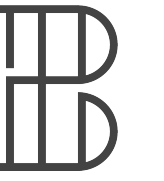
A márkázási gyakorlat
a túlzott fogyasztásról
a fenntarthatóság felé
fog elmozdulni



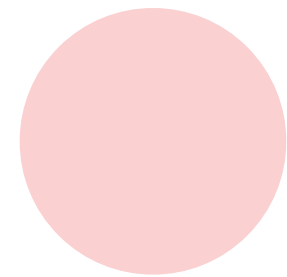
A márkázási gyakorlat
a túlzott fogyasztásról
a fenntarthatóság felé
fog elmozdulni

A fenntarthatóságot
elősegítő alternatív üzleti
és gazdasági modellekre
szabjuk a márka fogalmát
és a márkázás gyakorlatát

Gondolatébresztő kérdések a reális forgatókönyvhöz

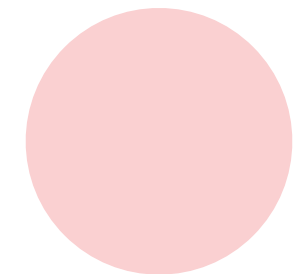


Gondolatébresztő kérdések a reális forgatókönyvhöz

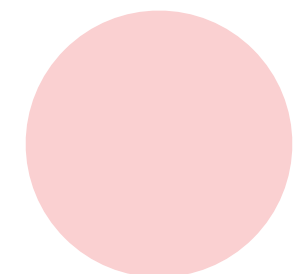


Hogyan segíthetik elő a márkázási gyakorlatok a fenntarthatóságot?

Gondolatébresztő kérdések a reális forgatókönyvhöz

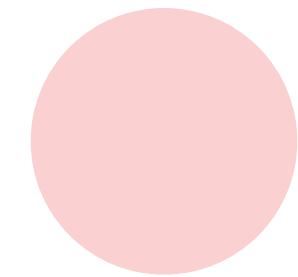


Hogyan segíthetik elő a márkázási gyakorlatok a fenntarthatóságot?

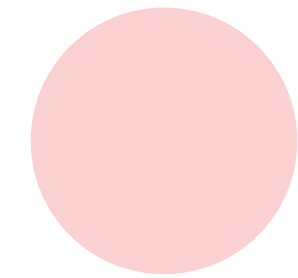


Milyen alternatív üzleti és gazdasági modellek segíthetik elő a fenntarthatóságot?

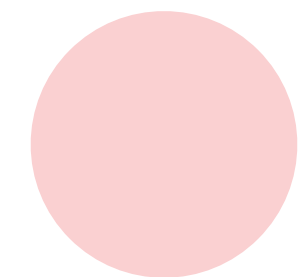
Gondolatébresztő kérdések a reális forgatókönyvhöz



Hogyan segíthetik elő a márkázási gyakorlatok a fenntarthatóságot?



Milyen alternatív üzleti és gazdasági modellek segíthetik elő a fenntarthatóságot?



Milyen szerepet játszhat a márkaépítés a fenntarthatóság előmozdításában?

Mit tudunk elképzelni vs mit szeretnénk?

- A márkaépítés jövője kiszámíthatatlan
- A jövőjét befolyásoló tényezők megértése alapvető fontosságú
- A márkák jelentős változásokkal, de továbbra is létezni fognak



Köszönöm a figyelmet!

zoltan.havasi@beyondpartners.hu

+36 30 820 0886

www.beyondpartners.hu

