

TARTALOMHOZ A FORMA



A MÁRKA-
ARCHETÍPUS
VIZUÁLIS
LEKÉPEZÉSE

VAJON EGYSÉGES A MÁRKA MEGJELENÉSE?



**VAJON
MINDEN
VIZUÁLIS
ELEM
A MÁRKA-
ÉRTÉKET
KÖZVETÍTI?**

IZGALOM

stabilitás

MIÉRT HASZNOS AZ **ARCHETÍPUS?**

- **Kapcsolatot teremt:**
Az archetípusok mélyen gyökerező emberi motivációkra épülnek, így segítenek a márkáknak érzelmi szinten kapcsolódni a célcsoporthoz
- **Könnyíti a pozicionálást:**
Segítségével a márkák egyértelműen megkülönböztethetők a versenytársaktól, és egységes értékrendszert tudnak kialakítani
- **Irányt ad a kreatív munkának:**
Egy jól meghatározott archetípus egységes vizuális és verbális stílust eredményez, ami hosszú távon erősíti a márkaidentitást

TNS NEEDSCOPE

Fejlesztő: Add+Impact (Új-Zéland)

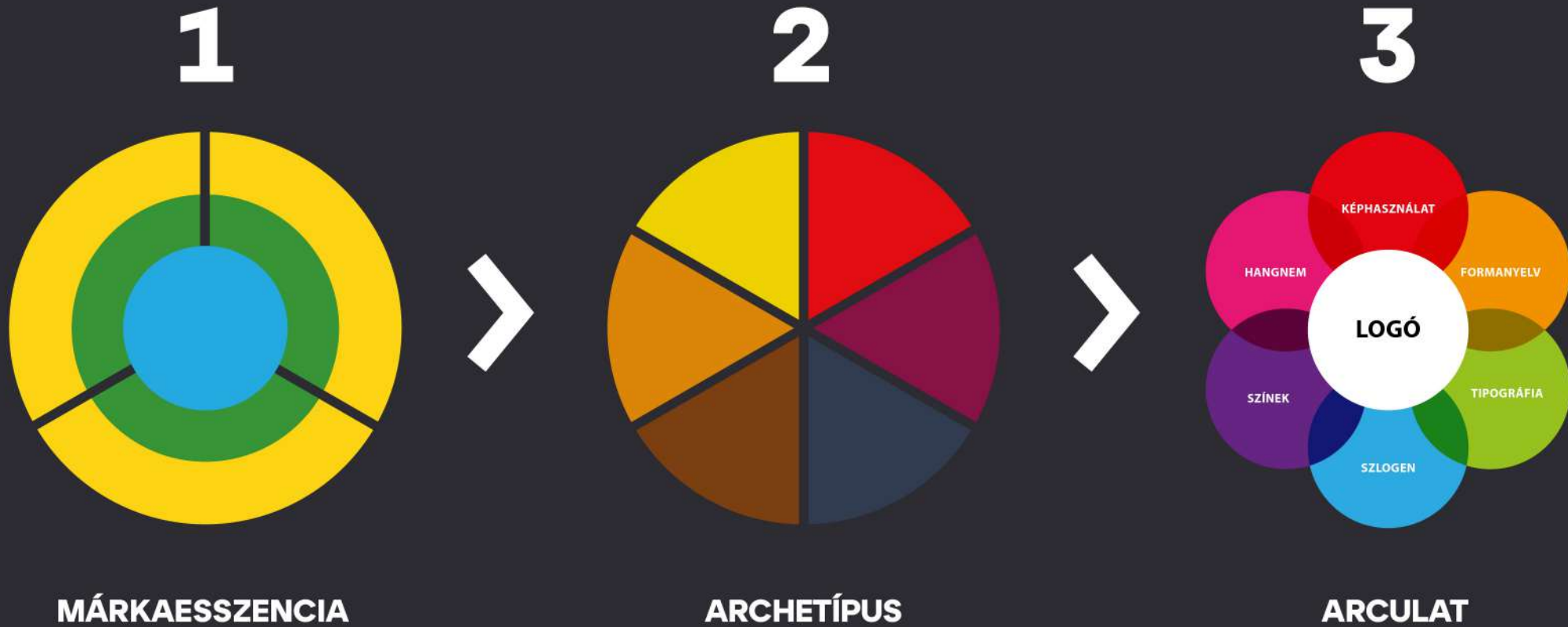
Kifejlesztés ideje: 1990-es évek eleje

Terjesztő: TNS (ma Kantar része)

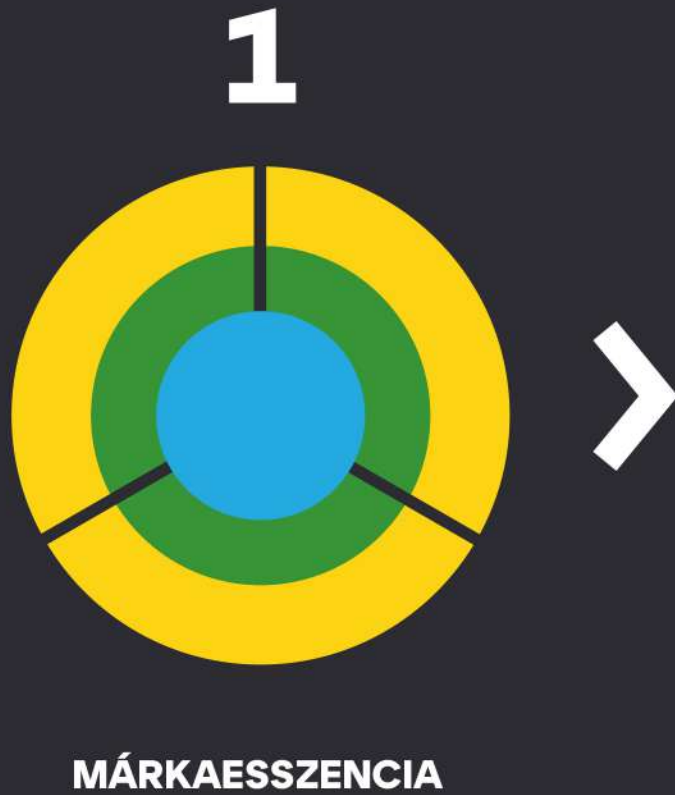


- Szükségletalapú márkapozicionálási modell, amely szintén **érzelmi motivációk** alapján segíti a márkák hatékony pozicionálását a piacon
- A rendszer a **Jung-féle archetípusokra építve** segít feltérképezni a fogyasztók érzelmi igényeit és azok kapcsolódását a márkákhoz
- Egy **hat szegmensből álló**, több tegelyen osztható modell

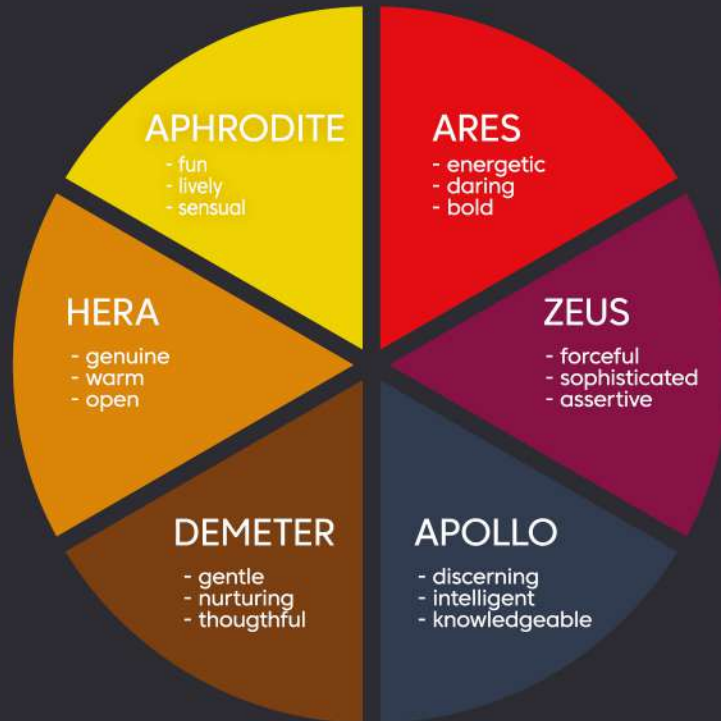
A BRAND BAR FOLYAMAT



A BRAND BAR FOLYAMAT



NEEDSCOPE-BÓL VIZUÁLIS ARCHETÍPUS



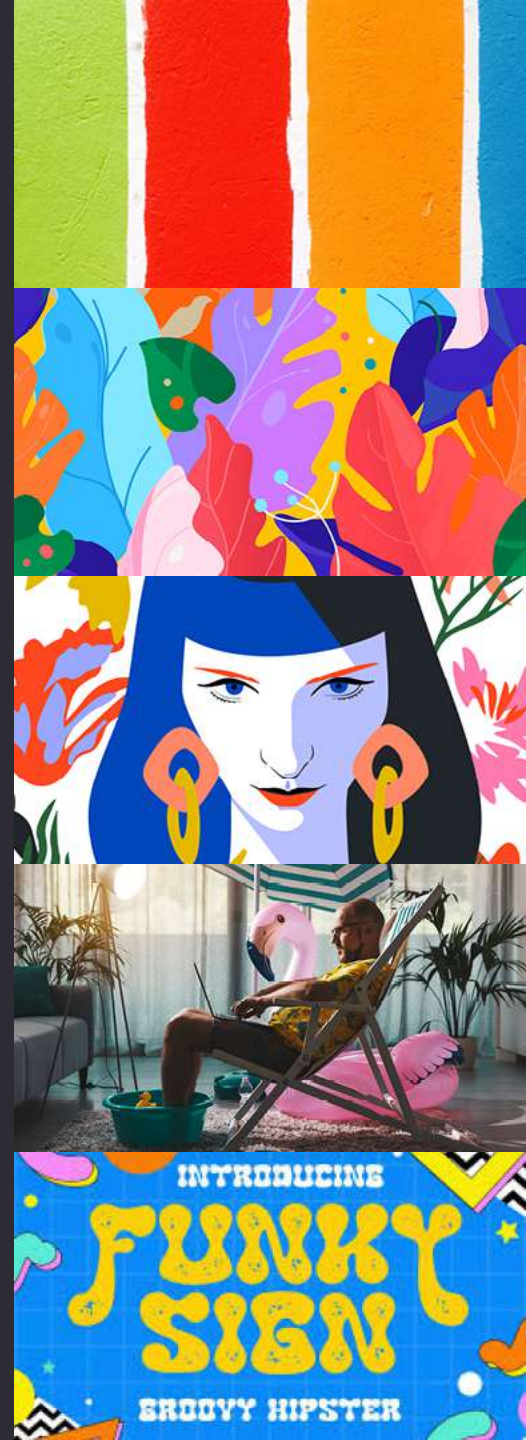
**ÉRZELEMALAPÚ
TNS NEEDSCOPE**



**ÉRTÉKALAPÚ
VIZUÁLIS ARCHETÍPUS**

MILYEN RÉSZEKBŐL ÁLL?

- SZÍNSKÁLA
- MINTÁZAT
- ILLUSZTRÁCIÓK
- KÉPHASZNÁLAT
- TIPOGRÁFIA

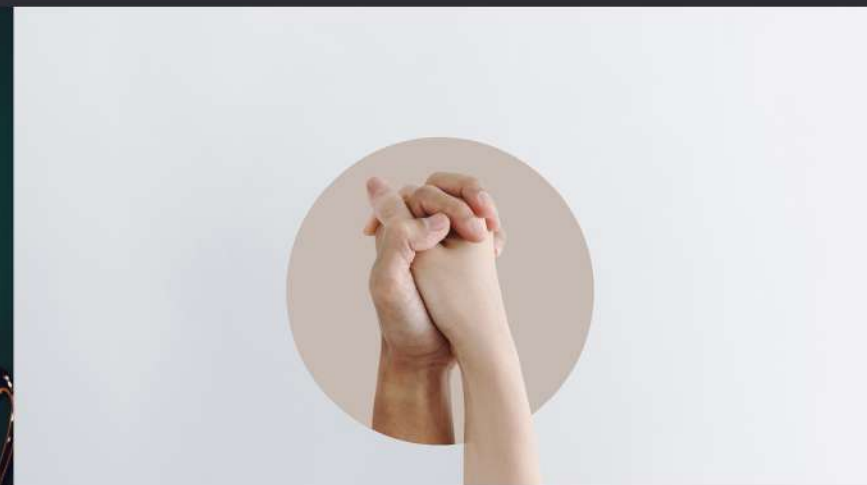




ÁRÉSZ • aktivitás - erő



ZEUSZ • dominancia - siker



APOLLÓN • rend - kontroll



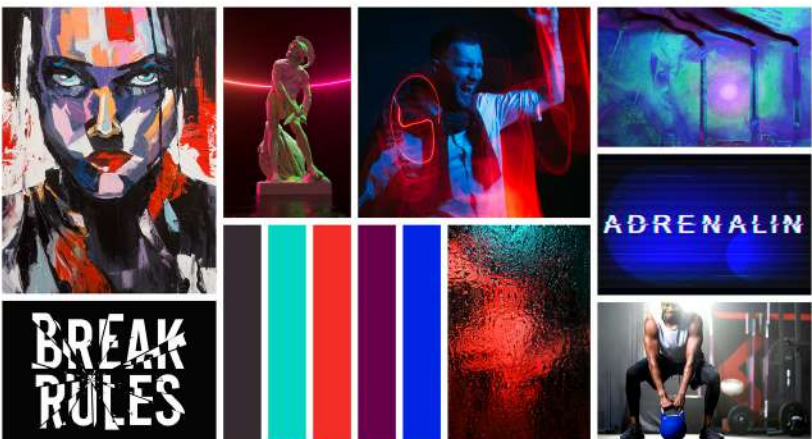
DÉMÉTÉR • védelem - béke



HÉRA • nyitottság - összetartozás



APHRODITÉ • öröm - teljesség



ÁRÉSZ



ZEUSZ



APOLLÓN



DÉMÉTÉR



HÉRA



APHRODITÉ



ZEUSZ • asszertivitás, dominancia, siker

Fontos számára a hatalom. Domináns és irányítani akar. Sikeres, ambiciózus, határozott, individualista. Elegáns, igényes, örök értékeket keres. Fontos számára a presztízs, kissé sznob. Eltökélt, magabiztos.

JELMONDAT: Ez a jó irány, és mi meg is valósítjuk

ERÉNY: Ambíció és nem-megalkuvás, amely a siker alapja

KUDARC: A versenytársak megelőznek minket

ÖT ÉVEN BELÜL: Több területen is meghatározó szereplővé válunk, vállalatunk a kategória megkerülhetetlen tényezője lett

SIKERSTRATÉGIA: A vízió és a hatékony vezetés

MILYEN MÁRKÁK TARTOZNAK IDE?



MIVEL DOLGOZNAK A TERVEZŐK?



MIT LÁT A MÁRKATULAJDONOS?

SZÍNEK + BETŰK

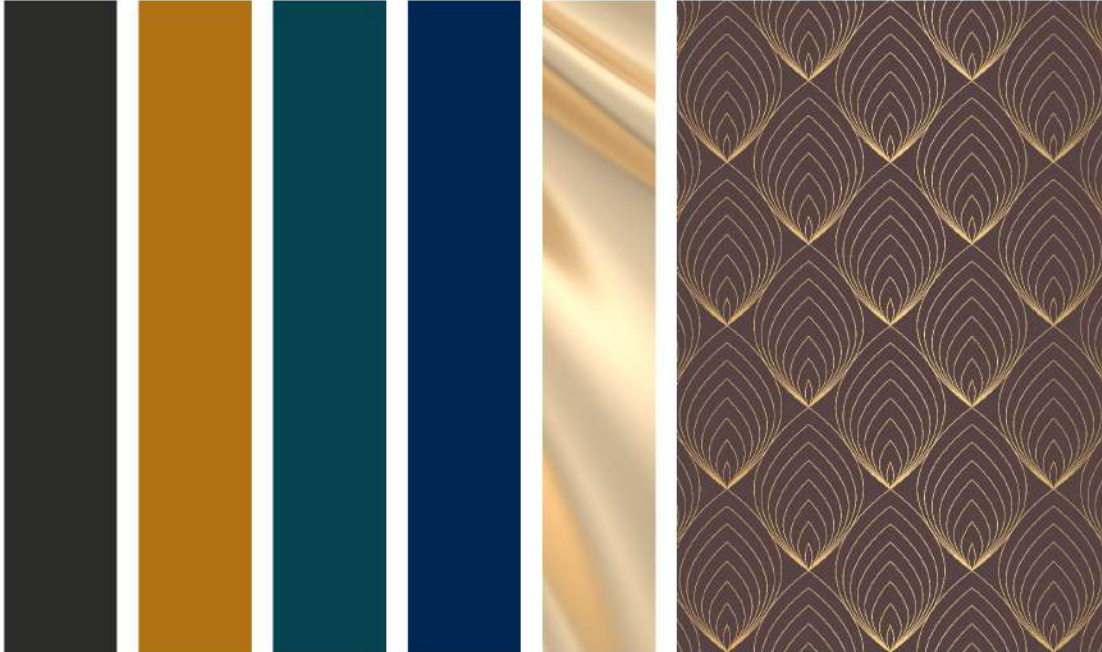
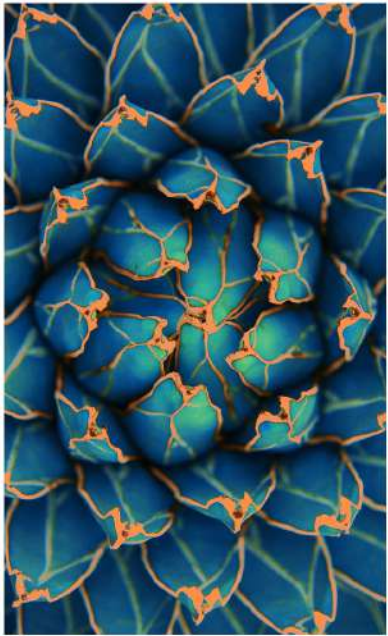


EMBEREK



TÁRGYAK/TERMÉKEK





KÉP



érték1
érték2
érték3

SZABADSÁG



FELFEDEZÉS

ÚJÍTÁS



ÁRÉSZ



ZEUSZ



APOLLÓN



DÉMÉTÉR



HÉRA



APHRODITÉ



MIK A TOVÁBBI **TERVEK?**

- **Folyamatos trendkövetés**
- **Adatbázis fejlesztése**
- **Vizuális segédanyagok bővítése**
- **Iparágak szerinti részadatbázisok**

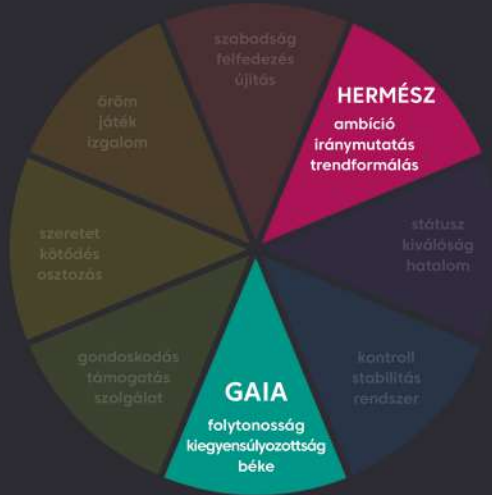


ÚJ VIZUÁLIS ARCHETÍPUSOK?



HERMÉSZ

GAIA





KÖSZÖNÖM A FIGYELMET