

# GÜÇLÜ MARKA NASIL GELİŞTİRİLİR VE KORUNUR?

*Posted on 21 Mayıs 2019 by Sezgin*



**Güçlü Marka  
Nasıl Geliştirilir ve Korunur?**  
[sezginkoyun.com](http://sezginkoyun.com)



Category: [Marka](#)

**Markalaşma**, bugüne kadar olduğu kadar önemlidir, hatta internet sayesinde, olası bir **müşterinin** veya **tüketicinin** tüm **marka kimliğini** birkaç dakika içinde keşfetmesini çok kolaylaştırır. Bu nedenle, güçlü bir marka oluşturmak için, markanızı tanımlamanıza, görsel olarak tanıtmanıza ve markanızın bütünlüğünü büyütürken ve işinizi bir üst seviyeye taşıırken tanımlamanıza yardımcı olacak bazı yararlı ipuçları ve tavsiyeler aşağıda verilmiştir.

## Markanızı Görsel Olarak Temsil Etmek

Bir dışı ofisinin markalaşmasını gösterme şekliniz, bir Barbekü restoranı için yaptığınızdan çok farklı olacaktır. Aygıtları ve cep telefonu aksesuarlarını satan bir hiper mağaza için **marka kimliği** oluşturuyorsanız, lüks bir giyim mağazasının markalarından çok daha farklı görünecektir. Logoya bakabilmeniz veya birçok mağaza işaretleyebilmeniz için bir neden var ve zaten bunların ne anlama geldiğini anlıyorsunuz, bunun nedeni düşünceli markalaşma.

Bazı markalar o kadar güçlüdür ki, bütün rengi ele geçirebilirler. Dünyanın en büyük restoran zinciri olan McDonalds, sarı ve kırmızı renkleri kullanıyor ve o zamandan beri sayısız rakip aynı zihin alanını işgal etmek için benzer bir renk düzeni benimsiyor. Bu restoranın milyarlarca reklamı ve bu iki rengi tanımlamak için harcadıklarını biliyorlar, öyleyse neden tekneye atlamıyor ve bundan faydalanmıyorsunuz? Riskli bir oyun olabilir, bazen kendinizi rekabette farklılaştırmak istersiniz .

Örneğin meşrubat işini düşünün. Kırmızı ve mavi renklerden bahsettiğimde, şüphesiz aklıma gelen iki büyük **marka** var. Kategoriden bahsetmeseydim bile, muhtemelen kırmızı ve kırmızı renk kullanan bir markadan bahseden Pepsi ve Kola'yı düşünebilirsiniz. Size sadece markalaşmanın gücünü ve renk seçiminde ne kadar büyük bir fark yaratabileceğini gösterecek.

Fiziksel ofisleriniz veya perakende alanınız varsa, web sitenize ve diğer promosyon malzemelerine uygun olması önemlidir. Ayrıca, çeşitli çevrimiçi profilleriniz ve işletmenizin bulunduğu yerlerin de web sitenize ve fiziksel konumlarınıza uygun olması gerekir. Her şeyin çok düşünceli bir şekilde birbirine bağlanması gerekiyor . Markanızı görsel olarak temsil etmeden önce, bunun neyle ilgili olduğunu tanımlamanız gerekir.



## Markanızı Tanımlamak

Sonsuza dek, tüm farklı iş türlerini ve onları markalamak için mevcut olan seçenekleri, sadece yüzeyi çizmemizi bile kapsayacaktı. En iyi seçenek, gerçekten, bir kağıt desteye oturmak ve işiniz ve endüstriniz hakkında çok düşünceli olmaktır. Şirketinizin temel değerleri nelerdir? Ne hakkındasın? Farklı bir endüstride olsalar bile, benzer hedefleri ve değerleri paylaşan daha büyük markalar düşünebiliyor musunuz? Bu, ilham almak için iyi bir lansman olabilir ve bu diğer markaların milyonlarca markayı harcadığı gerçeğinden daha az yararlanmanıza izin verebilir. Bir taklitçi olmak istemezsiniz, ancak aynı zamanda tekerleği yeniden icat etmeniz de gerekmez - sadece çalışıp kanıtlanmış olanı kendi şirketinize uyarlayın.

## Markanızı Koruyun

Bir marka oluşturmak sadece bir kez yapabileceğiniz bir şey değildir, bu devam eden bir süreçtir. Mutsuz bir müşterinin çevrimiçi ortamda sizi karşıladığı veya başka bir yerde negatif şeyler göndermeye başladığı bir zaman gelecek. Böyle şeylerle nasıl başa çıkacağınız, gerçekten bir işi yaratabilir veya bozabilir. İsteddiğiniz en son şey, herhangi bir şikayeti halka açık bir şekilde ele almak ve olumsuz etkilemektir. Markanız müşteriyi önemseme mesajını gösteriyorsa, bunun gibi durumlar bunu kanıtlama şansınızdır. Bir şeyler ters giderse, yapabileceğiniz en iyi şey gerçeği söylemek. Bir müşteriden bir müzakere gibi bir şikayet almayı düşünün, onları mutlu eden bir sonuç bulmak sizin işinizdir ve dürüstlük pazarlıklarda en iyi politikadır.

Markanızın müşterilerinizin ve potansiyel müşterilerinizin olduğu yerde olmasını istiyorsunuz. İnternet bunu çok kolaylaştırıyor. Çevrimiçi olarak markanızın varlığını kanıtlayacak sonsuz yerler var, hem içeriği hem de görsel olarak hepsini bir araya getirdiğinizden emin olun.

Yıllar önce bir Twitter hesabı oluşturmuş olabilirsiniz ve şimdi Tumblr'a yeni başlıyor olabilirsiniz, ancak müşterileriniz bir veya diğerine sadece bir veya iki tıklamayla ulaşabilir, bu nedenle markanızın tüm platformlarda birleştirildiğinden emin olun.

[Mary Ann](#) Çok büyük bir çevrimiçi pazarlama ve sunum bilgisine sahip, coşkulu bir iş danışmanı olarak çalışmak . Müşterilerini nasıl mutlu edeceğini ve markalarını nasıl daha güçlü hale getireceğini biliyor; bazen sadece potansiyellerini doğru şekilde değerlendirerek.

