

Marka Kimliği Nedir? Neden Önemli?

<https://www.sezginkoyun.com/?p=1126>

Marka Kimliği, işletmenin kendisini pazarda nasıl sunmak istediğini ile mevcut ve potansiyel müşterileri tarafından nasıl algılanmasını istediğidir. şirket ile ilgili tüm unsurları ve hedef pazara sunulan ürün ve hizmetleri içerir .

Marka kimliği, bir markanın kendisini nasıl tanımladığıdır. Marka adı, etiket çizgisi, marka sesi, [marka konumlandırma](#) , marka ilişkisi ve marka kişiliğinin toplamıdır .

Firmanın ürün ve hizmetlerinin satılması için başlatılan [pazarlama](#) ve tanıtım faaliyetlerine yol açmanın [markalaşma](#) arkasındaki asıl amacıdır.

Marka Kimliği, işletmenin aşağıda belirtilen yönlerine yansıtılmaktadır:

- isim
- Logo
- Slogan
- Broşür, broşür, broşür ve daha fazlası gibi promosyon materyalleri
- İstifleme ve Tabelalar
- Kartvizitler
- Sabit ürünler ve diğer pazarlama araçları
- Müşteri hizmetleri ve [rekabetin](#) üstesinden gelmek ve değişen pazar döngüleri gibi marka ifadeleri

Marka Kimliği için Ünlü Kişiler:

şirketlerin potansiyel durumunu ve ün kullanarak kitleye ulaşmak yükseltmesine ilgili ürün ve hizmetler ile birlikte kendi markasını desteklemesi çeşitli kökenlerden ünlüler işe pek çok örnekleri vardır. Ünlülerin özelliği, markanın ürün ve hizmetlerinin niteliğini tamamlamalıdır ve bunun tersi de geçerlidir. Bu gibi durumlarda, söz konusu ünlü, markanın yüzü ve kimliği olur.

Marka kimliğinin oluşturulmasında kalite önemlidir:

İşletmeler, ürünlerinin ünlünün desteğini almadan piyasayı yakalamak için yeterince güçlü olduğuna inanıyor ve güven duyuyorsa, markanın kimliği haline gelen ve için başarının zirvesine ulaşmasını sağlayan ürünün kalitesidir. Örneğin, teknoloji devi [Apple](#) , ürünlerini tanıtmak için hiçbir ünlüyü işe almadı, ancak kalitesi ve yenilikçiliği nedeniyle rakiplerine kıyasla pazardaki en başarılı markalardan biri .

Bu nedenle, yukarıdaki tartışmadan, bir Marka Kimliğini oluşturmak için markanın bir ünlüye ihtiyacı olabileceği ya da gerekmeyebileceği sonucuna varılabilir, ancak kalitenin hedefi, markayı başarıya ve karlara giden yolda uzun bir yol kat etmek için bir zorunluluktur.

Marka Kimliğinin Önemi

Marka Kimliği, [marka imajına](#) benzer değildir, ancak kesinlikle tüketiciler tarafından pazarda alınan tutarlı mesaj olduğu için aynı şekilde bir ivme sağlar.

Aşağıda, Marka Kimliğinin önemi ile ilgili bilgiler bulunmaktadır:

Kalitenin hedeflerine ve en iyi [müşteri](#) hizmeti düzeyine ve genel deneyime dayanan değerli [ürün](#) ve hizmetler sunma yaklaşımında tutarlı olan, markanın itibarını arttırmaya yardımcı olur.

Şirket ihtiyacı istikrarlı rekabet avantajı ve pazarda Marka Kimliği kazanmak için tüketicilerle duygusal düzeyde bağlanması gerekir.

Tüketiciler markaya günlük olarak takip ettiklerinde, markanın güvenilir olduğuna ve sürekli artan rekabetin ortasında pazardaki ivmeyi elde etmek için tüm çabayı gösterdiğine dair bir düşünce edinirler. Böylece, markaya yönelik olarak geliştirilen tüketicilerin güven ve inancının bir yan ürünü olan müşteri sadakatini artırma devreye girer.

Pazardaki tutarlı ve gelişmiş Marka Kimliğiyle, başarılı bir marka ile çalışmaktan gurur duydukları için ***çalışan motivasyonu ve memnuniyeti artmıştır***. Bu faktör çalışanların kişisel ve profesyonel gelişimleri için oldukça zorunludur.

İyi bir Marka Kimliğine sahip olmak neden önemlidir?

Piyasadaki her marka, tekliflerine ve müşteriler, çalışanlar, satıcılar ve paydaşlarla ilgilenme biçimine bağlı olarak kendine ait bir kimliğe sahiptir. Asıl mesele, iyi bir Marka Kimliğine sahip olmanın, [işletme](#) için rekabetten uzak durması için harikalar yaratabilmesidir.



1) Kararlılık

Sürekli büyüyen rekabeti ve müşterilerin gelişen zevklerini değerlendirecek olursak bu şekilde piyasada en güçlülerin hayatta kalması her zaman normaldir. İyi bir Marka Kimliğine sahip olmak, markanın doğada istikrarlı olduğunu ve pazarın döngüsel doğası ile sürekli ilerlediğini ve [tüketicilerine](#) en iyi ürün ve hizmetleri sunan teknik ve önlemlerini sürekli geliştirdiğini göstermektedir.

2) Yeni pazarlara dokunmak

Tek bir pazarda güçlü bir kimliğe ve zemine sahip olmak, marka mevcudiyetini ve kimliğini belirleme amacı ile, kullanılmayan yerlere ve yeni hedef pazara ulaşmayı sağlayarak yeni pazarlara dokunma konusunda marka ve şirket yönetimine otomatik olarak güven verir.

3) Geliştirilmiş Satışlar

Artan müşteri sadakati ve pazarda güçlü bir marka imajı ile şirketin öncü olmasını elde etmek için temel ve kritik hedefi elde edilir.

4) Yeni ürünler tanıtmak

Belirli bir ürün ve [hizmet](#) seti sunarak elde edilen iyi marka kimliği hedefi sayesinde, şirkete yeni hedef pazarın yanı sıra yeni ürün ve hizmetleri başlatarak faaliyetlerini genişletme yönünde gerekli itici güç kazandırılmaktadır.

5) Farklılaşma

Hiçbir iki şirket veya marka, tüketicilerin kafasında ve genel pazarda aynı kimliğe sahip değildir; çünkü bir markayı diğerinden ayıran benzersiz faktörler her zaman vardır.

Bir marka kimliği ile kendisini diğer oyunculardan farklılaştırır. Konumlandırma stratejileri için farklılaşma önemlidir.

6) Geliştirilmiş marka bilinirliği

Güçlü bir Marka Kimliğinin hedefi şirket tarafından yerine getirildiğinde, şirketin yeni ve dokunulmamış pazarlara güven ile girmesini sağlayan ulusal ve uluslararası düzeyde sunulan marka ve ürün ve hizmetleri hakkında geniş bir farkındalık bulunmaktadır.

Bu nedenle, güçlü ve iyi bir Marka Kimliğine sahip olmak, sektörün dinamik doğası ve müşterilerin değişen tercihleri arasında, pazarda seçkin bir varlık yaratmak için çok önemlidir.

Marka Kimliği Örnekleri

Coca-Cola

20. yüzyılın başlarında bile, Coca-Cola, kırmızı renkli fiçileri ve biberonu için benzersiz bir şekli kullandığı yerde marka kimliği stratejilerine sahipti. Şirket, o zamandan beri logo ile de tutarlı hale bulunmaktadır.

Apple

Apple, diğer markalara göre en farklı kimliğe sahip. **İ** harfinin her üründen önce kullanılması, premium fiyatlandırma, görünüm, logo ve ses ön plana çıkıyor.