

# آقای بازاریابی و خانم برندینگ

علاقمندان به این مطلب کد ۰۰۱۲۱ را  
به سامانه ۳۰۰۰۶۷۲۱۳۱ پیامک نمایید.

## امیر مهر حسینی

بیشتر اهالی بازار، رکن اصلی کسب و کار خود را بازاریابی می دانند و توجه کمتری به برندینگ نشان می دهند. برخی تصور می کنند برندینگ ابزاری برای پیشبرد اهداف بازاریابی است و در مقابل عده ای هم کاملاً خلاف این می اندیشند. برندینگ یک استراتژی است و بازاریابی یک تاکتیک.

بازاریابی ارتقای محصول یا سازمان است. یک تاکتیک پیش برنده است، درحالیکه برندینگ یک استراتژی نگاهدارنده و ثبات دهنده است. برندینگ تصویر واضح، روشن و قابل لمس است که پس از رفت و روب بازار توسط بازاریابی باقی می ماند. به واقع برند ذهنیتی است که از یک سازمان یا محصول برجای می ماند و حتی اگر مشتری توان خرید آن را نداشته باشد باز هم این تصویر در پرده افکار وی نقش می بندد. این نکته طلایی را همیشه به خاطر بسپارید که: بازاریابی نیاز های تو را برآورده می سازد و برندینگ آرزوهایت را.

ممکن است بازاریابی فردی را متقاعد به خرید بکند ولی برندینگ است که نهایتاً مشخص می کند که مخاطب به مشتری وفادار تبدیل می شود یا خیر.

بی شک کاشتن دانه و بذر کسب و کار توسط بازاریابی انجام می شود اما این برندینگ است که با آبیاری و مراقبت، دانه را تبدیل به درختی تنومند و پایدار می کند.

حال برگردیم به واقعیت بازار، یعنی کدام یک بیشتر می فروشد. به قول دانکن استاد بزرگ حوزه ی بازاریابی: "شما سطل آبی در اختیار دارید که کف آن سوراخ است و قرار است سطل همیشه پر از آب باشد." این آب، فروش شماست. بازاریابی شلنگی است که سطل را و برندینگ ابزاری است که سوراخ را پر می کند یعنی برندینگ مشتری فعلی را حفظ می کند.

اگر چه فعالیت های بازاریابی در پوسته بازار باعث فروش می شود اما برندینگ است که به جان و قلب بازار رخنه می کند و با توسعه فعالیت های پیشبرد برند، نه تنها مشتریان افزایش پیدا خواهند کرد بلکه تبدیل به سفیران، وکلا و فروشندگان شما خواهند شد.

## آقای بازاریابی و خانم برندینگ

از دیدگاه من بازاریابی و برندینگ، جنسیتی کاملاً متفاوت دارند که با هدفی مشترک به هم گره خورده اند تا موجب توسعه سهم از بازار محصول شوند. من بازاریابی را با جنسیت مردانه و برندینگ را با جنسیت زنانه به تصویر کشیده ام چرا که بازاریابی شخصیتی خشک، با انعطاف پذیری کم، اثرگذاری مستقیم، مردانه و رندانه، مغرور و با اعتماد به نفس بالا و ... دارد در حالی که برندینگ با وقاری زنانه به دنبال طنازی و اثرگذاری خوب از خود در محیط است. برندینگ را حس می کنند، رد پایش را می بینند و آن را دوست دارند، البته اگر استراتژی آن به درستی تدوین شود.

در این مقاله تصمیم گرفتم برای اولین بار نظر آقای بازاریابی و خانم برندینگ را از زبان خودشان بیان کنم.

آقای بازاریابی با صراحت چنین می گوید:

- مرا بخريد.
  - من اولينم.
  - من بهترينم.
  - من تنها ترينم.
  - شما مشكل داريد؟ من مشكل شما را حل مي كنم.
  - همه مرا انتخاب مي كنند، شما هم مرا انتخاب كنيد.
- خانم برندینگ با خرد زنانه خود هیچگاه سخنی به زبان نمی آورد، وی از خود تصویر می سازد:
- اين چيزی است که من هستم.
  - اين تمام حقيقت من است.
  - آنچه بوده ام، آنچه هستم و آنچه شما می بينيد.
  - اين دليل بودن من است.
  - اگر با من موافقيد؟
  - اگر مرا دوست داريد؟
  - اگر مرا همانطور که هستم می پذيريد؟
  - آنوقت می توانيد مرا بخريد.
  - می توانيد مرا به ديگران هم معرفي كنيد.
  - می توانيد دوست هميشگی من باشيد.
  - اگر ارزش مرا بدانيد؛ می توانم براي تان ارزش هايی خلق کنم.
  - می توانم به عقیده تان تبديل شوم.
  - می توانم به شما هويت بدهم.
  - حتی می توانم عشق زندگيتان باشم.
- طبیعی است که برای یک کسب و کار موفق، شما به هر دو مهارت بازاریابی و برندینگ نیاز دارید، این دو مکمل یکدیگرند و زمانی که این تعامل و سازش اتفاق می افتد، به جادویی اعجاب آور تبدیل می شود. کیمیاگری که این جادو را انجام می دهد، کارگردان برند شماست. کارگردان برند شما چه کسی است؟



- فصلنامه تخصصی  
حوزه مدیریت، تبلیغات و برندینگ،  
آمار و اقتصاد
- توزیع متمرکز به صورت خاص  
۵۰۰۰ نفر در سراسر کشور
- دارای ۸ ستاره کیفیت  
از وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- دو زبانه (فارسی و انگلیسی)
- چاپ با بالاترین کیفیت و ابعاد ویژه

با ارسال عدد ۹ به سامانه

**۳۰۰۰۶۷۲۱۳۱**

**مشترک**

برترین نشریه مدیریتی کشور شوید...

تماس با ما:

۰۵۱۳-۶۰۳۱۴۱۹

۰۹۱۲۲۳۸۳۲۸۵

در شبکه های مجازی:

۰۹۱۲۸۹۱۵۷۶۳