

PRIMUL GHID COMPLET

ÎN LIMBA ROMÂNĂ

BRAND

JOCUL ANTREPRENORIAL LA ALT NIVEL

-Teorie și practică în marketing -



POVESTEA ARTVISIONA	08	
CAPITOLUL 01: ROMÂNIA	11	
Istoria antreprenorilor români	12	
Fondatorii antreprenoriatului românesc	14	
Situatia antreprenorială și economică actuală	18	
Top 20 de branduri românești 2019 și top 100 branduri internaționale	20	
CAPITOLUL 02: INTRODUCERE ÎN BRANDING	23	
Ce este brandul	30	
Beneficiile unui brand	32	
Istoria și evoluția brandului	34	
Anatomia unui brand	38	
Dicționar de brand	40	
Branding vs vânzări	42	
Care este diferența între marketing și vânzări?	44	
Cum funcționează sistemul de branding?	46	
CAPITOLUL 03: CELE 3 STRATEGII ESENȚIALE	49	
Strategia de afacere, brand și marketing	50	
CAPITOLUL 04: STRATEGIA DE BRAND	57	
Fără strategie	58	
Viziune	59	
Pozitionare	61	
Branding și comunicare	63	
Succes	65	
CAPITOLUL 05: STRATEGIA DE AFACERE ȘI CEA MILITARĂ	69	
CAPITOLUL 06: POZIȚIONAREA DE BRAND	73	
Alege pentru ce vrei să fii cunoscut	76	
Cum să îți alegi strategia de poziționare ?	80	
Lupta pentru putere	81	
Decât codaș la oraș, mai bine în satul tău fruntaș	82	
Reconfigurează piață	83	
Schimbă jocul	84	
CAPITOLUL 07: STRATEGII SUPLIMENTARE DE POZIȚIONARE	87	
Inovație	89	
Motivație	90	
Specializare	93	
Economisire	94	
Moștenire și proveniență	97	
Redenumire	100	
Defavorizare	103	
Soc	104	
Necesitate	107	
Produs	108	
Cum să diferențiezi un produs ?	110	
Caracteristicile produsului	111	
Producție unică	112	
Performanța produsului	113	
Proiectarea produsului	114	
Este calitatea produsului o modalitate bună de diferențiere?	115	
Disponibilitate	116	
Emoție	119	
Strategia pentru bunuri de larg consum	122	
CAPITOLUL 08: PSIHOLOGIA CONSUMATORILOR	125	
Ghid de înțelegere a publicului țintă	126	

Respectării Cunoșătorii categoriei

127

Oportuniștii

128

Pragmaticii

129

Adepții

130

Profilul clientului ideal

134

Exercițiu: Ziua tipică a clientului ideal

140

Cum să te folosești de profilul clientului ideal

144

CAPITOLUL 09: PERSONALITATE DE BRAND 151

CAPITOLUL 10: ARHETIPURI DE BRAND 157

CAPITOLUL 11: ARHİTECTURA DE BRAND 165

Beneficiile 167

Tipurile de arhitectură 168

CAPITOLUL 12: ALINIAREA DE BRAND 175

Exerciții 181

CAPITOLUL 13: PARTENERIATE DE BRAND 195

CAPITOLUL 14: BRANDING MULTISENZORIAL 203

CAPITOLUL 15: PROCESUL DE REBRANDING 223

3 mituri despre rebranding 231

**CAPITOLUL 16: CEI 10 FACTORI CARE OFERĂ
PUTERE BRANDULUI** 235

CAPITOLUL 17: POVEȘTI DE BRAND 239

Diamantul și inelul de logodnă 241

Popeye marinoul 244

antreprenorilor români

Istoria antreprenoriatului românesc merge în același ritm cu istoria României Mari.

Primele afaceri de succes din România interbelică au fost ridicate pe ruinele unor afaceri de dinainte de 1918, care fuseseră deținute de oameni de afaceri maghiari sau austrieci.

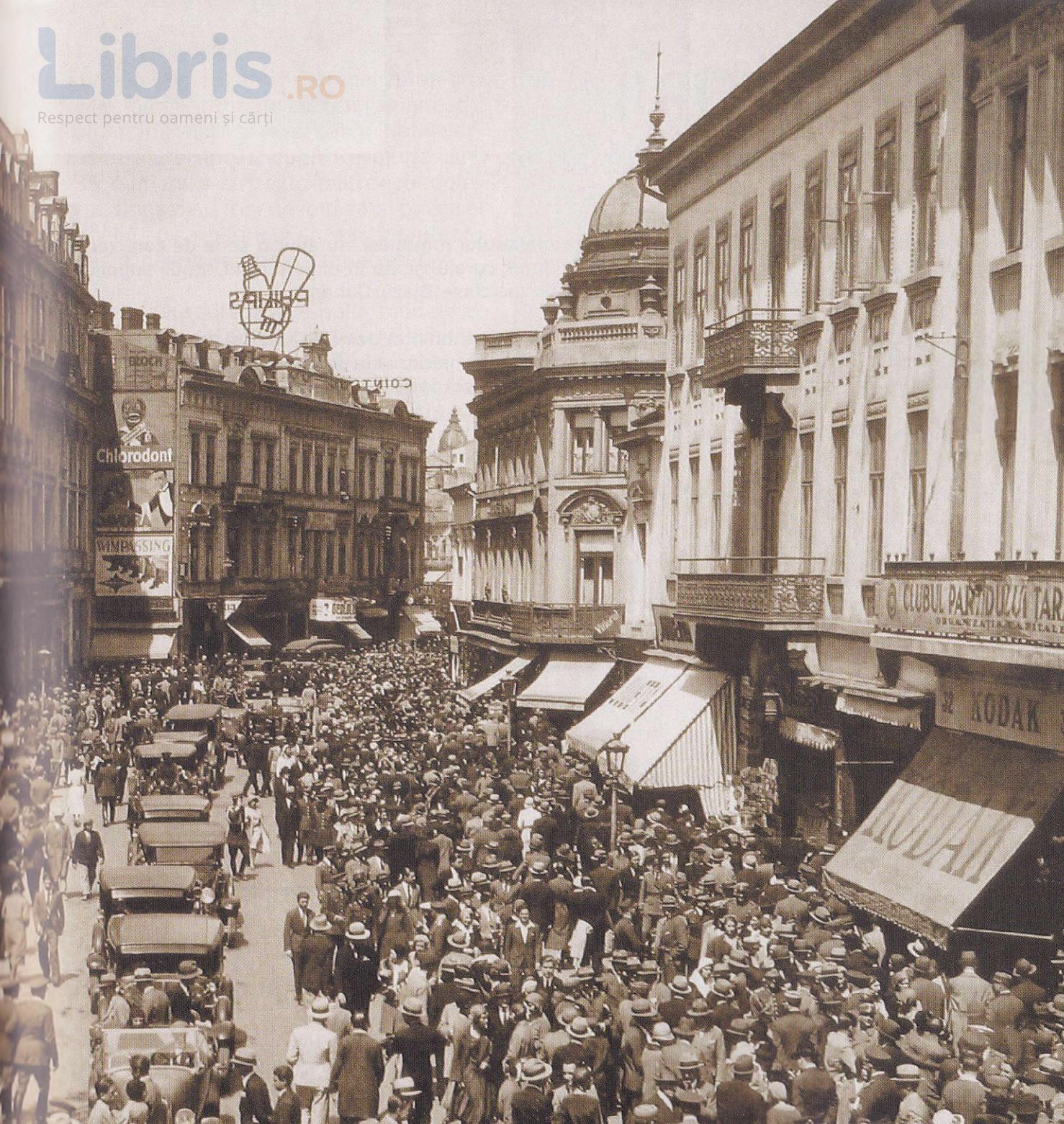
În timpul crizei financiare dintre anii 1929 și 1933, cele mai multe dintre afacerile românilor au încetat, iar oamenii și-au căutat de lucru în alte domenii.

Totuși, în acea perioadă, statul a pus la punct o strategie de a ajuta afacerile, oferindu-le credite de care unii au profitat și astfel au avut a doua șansă de reușită. Însă succesul lor a depins atunci și de abilitățile lor manageriale, dar mai cu seamă de relația cu regimurile politice ce s-au succedat după 1938.

În 23 august 1944, odată cu renașterea speranței democrației în România, au renăscut și speranțele antreprenorilor care, însă, au fost foarte repede strivite, căci în iunie 1948 a început naționalizarea, iar aceasta a fost drumul sigur către moartea antreprenoriatului românesc pentru următoarele patru decenii.

O parte dintre antreprenori au ajuns chiar și la închisoare, iar alții au plecat în exil. Unii, însă, au reușit să se adapteze regimului comunist.





FONDATORII

antreprenoriatului românesc

Oamenii de afaceri care stau la baza antreprenoriatului românesc au avut o serie de caracteristici comune: abilitatea de a sesiza oportunitățile, flerul, curajul și, nu în ultimul rând, studii superioare. Dintre cei 10 fondatori, unul singur a terminat doar cinci clase: Blaziu Guban.

Acesta a fost producător de pantofi, a inventat o vopsea, a înființat Uzinele Guban și a fost singurul care a supraviețuit naționalizării. Afacerea sa cu pantofi l-a transformat în unul dintre cei mai mari furnizori de pantofi ai țării, din acele timpuri, iar brandul Guban rezistă până în zilele noastre.

Ceilași 9 mari antreprenori români sunt Francisc Neuman, primul producător de mătase artificială din țara noastră și fondator al echipei de fotbal ITA (UTA) din Arad.

Nicolae Chrissoveloni, bancherul care a salvat de la faliment Banca Chrissoveloni.

Max Auschnitt, supranumit și „Regele Oțelului în România”, cel care a reușit să înfințeze, în 1924, Societatea Anonimă Română Uzinele Metalurgice Titan Nădrag Călan, societate care ajunge la un capital de 120 de milioane de lei și 4900 de angajați.

Dimitrie Leonida, cel care a modernizat instalația electrică a Bucureștiului.

Inginerul constructor Tiberiu Eremie, cel care a realizat Mausoleul de la Mărășești, Sala Unirii și Catedrala Încoronării de la Alba Iulia, Arcul de Triumf, Muzeul George Enescu și fabrica de avioane IAR Brașov.

Ioan C. Mihail, care a susținut împroprietărea țăranilor, și-a donat întreaga sa avere statului român pentru a sprijini educația.

Nicolae Malaxa care a realizat prima locomotivă românească în 1928 și primul automobil românesc în 1945.

Dumitru Mociorniță care a construit una dintre cele mai moderne și mai importante întreprinderi de pielărie din România interbelică.

Petre Georgescu-Delafras a înființat una dintre cele mai importante edituri din România interbelică, Cugetarea.

Cu toate acestea, antreprenoriatul în România nu are o poveste ușoară. La bazele sale se află doar câțiva oameni care s-au născut în familii bogate și au avut ocazia, în acele timpuri de după 1918, să studieze în străinătate, la universități de prestigiu și, mai apoi, să se întoarcă în țară pentru a pune în practică modelele de business învățate.

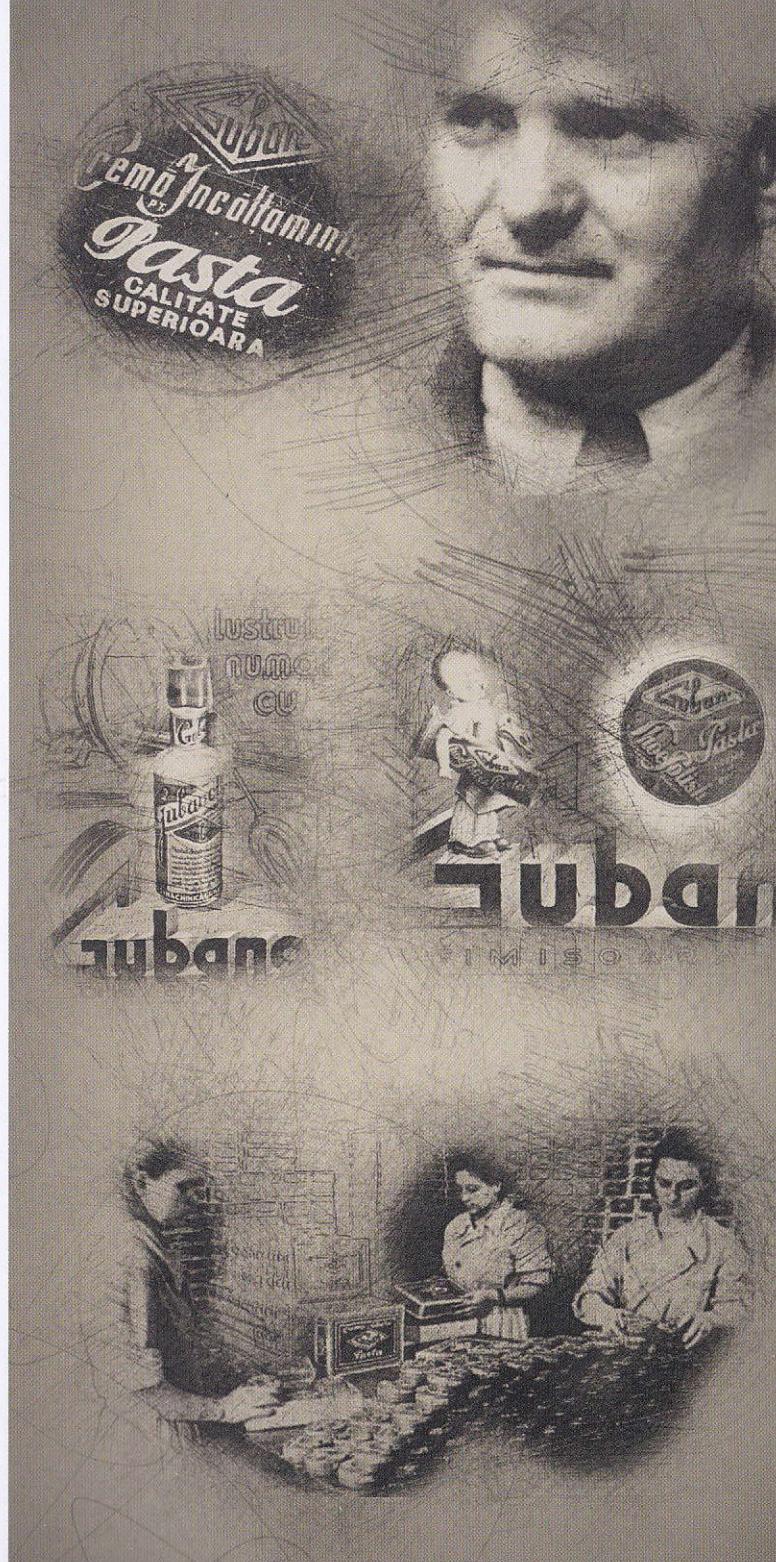
Însă, toți cei care au urmat după ei sau chiar și cei care au dezvoltat afaceri în aceeași perioadă, nu au fost la fel de norocoși și au fost nevoiți să se bazeze pe instinct, pentru a se adapta realității românești.

Antreprenorul român este motorul dezvoltării economice a țării noastre.

Perioada comunista și naționalizarea au dus la faliment marile afaceri românești, dar au înăbușit și avântul inițiativelor private astfel încât, după Revoluția din 1989, oamenii s-au trezit lipsiți de modele de business. Au fost nevoiți să-și bazeze deciziile pe instinct și să înainteze orbește într-un domeniu necunoscut.

Unii au avut drept exemplu modelele americane, însă puține dintre ele au dat roade pe piața românească, mai ales la începutul anilor '90, când s-a naționalizat toată valuta, iar inflația a atins apogeul de 300% în 1993.

Mergând în tandem cu istoria grea a țării noastre, antreprenorii români au găsit, totuși, resorturile pentru a depăși greutățile și pentru a crea lucruri valoroase din aproape nimic.



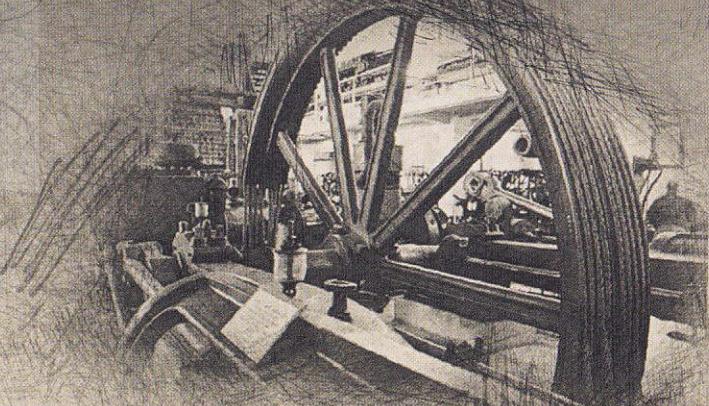
DIMITRIE LEONIDA



MAX AUSCHNITT



FRANCISC NEUMAN

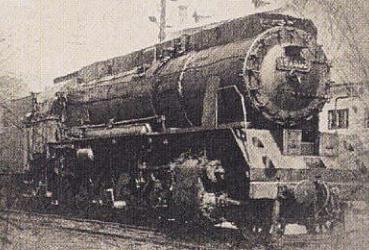
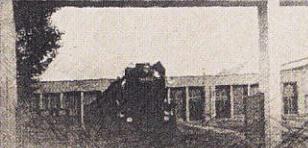


TIBERIU EREMIE



NICOLAE MALAXA

MALAXA



NICOLAE CHRISOVELONI

IOAN C. MIHAIL



DUMITRU MOCIORNIȚĂ

INCALTAMINTE
Mociornită

Fabriile D.
București, Sir. A.

Produsele fabricilor, secția tabăcăriei: Talpi tabăcărie sistem lent, toval, blakc pentru curări; blânculeze; crupoane pentru cureaule de transmisie; box, chevereaux, mașini precum și orice fel de piele fină. Secția încălțăminții: Încălțăminte de cale ferată, militară și civilă. Chete și pantofi de domni și femei, de române, de turci, etc.



Se vând numai din piele veritabilă. Secția confectionuri militare.

Vânzare: Str. Carol 29, Calea Griviței 196, nr. 12. Provincie: Cluj, Brașov, Craiova, Tecuci, Buzău, Câmpu-Lung, Târgoviște

antreprenorială și economică actuală

„Brandurile românești din top 50 creează valoare de 4 ori mai rapid decât economia națională.”

- David Haigh CEO, Brand Finance

„Numărul de asociați și acționari ai firmelor din România active din punct de vedere juridic a ajuns la un maxim istoric la începutul anului 2019, respectiv la un număr de 1.380.391 antreprenori.”

- sursa Profit.ro

„Comisia Europeană a revizuit până la 4% prognoza pentru economia României pentru acest an, în urma creșterii peste așteptările înregistrate în primul trimestru.

În luna mai, filiala executivă a UE a estimat că creșterea PIB a României va urca până la 3,3% în acest an.

Organul de prognoză al Guvernului României estimează însă o rată de creștere de 5,5% în acest an.

PIB-ul României a crescut cu 5% în primul trimestru al acestui an, comparativ cu aceeași perioadă din 2018, la 200,4 miliarde RON (42,2 miliarde EUR), potrivit datelor revizuite ale Institutului Național de Statistică (INS).“

- Business-Review.eu





Respect pentru domeniul său

branduri românești 2019

01



02



03



04



05



06



07



08



09



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



branduri internationale 2019

01												
02	Google	amazon	Microsoft	Coca-Cola	SAMSUNG	TOYOTA		f		M	intel	IBM
03												
04												
05												
06												
07												
08												
09												
10												
11												
12												
13												
14	BMW	Disney	CISCO	GE	Nike	LOUIS VUITTON	ORACLE	HONDA	SAP	Pepsi	CHANEL	AMERICAN EXPRESS
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25	ZARA	J.P.Morgan	IKEA	Gillette	ups	H&M	Pampers	HERMES PARIS	Budweiser	accenture	Ford	HYUNDAI
26												
27												
28												
29												
30												
31												
32												
33												
34												
35												
36												
37	NESCAFE	ebay	GUCCI	NISSAN	VW	AUDI	PHILIPS	Goldman Sachs	Citi	HSBC	Axa	L'OREAL
38												
39												
40												
41												
42												
43												
44												
45												
46												
47												
48												
49	Allianz	adidas	Adobe	Porsche	Kellogg's	hp	Canon	SIEMENS	Starbucks	DANONE	SONY	3M
50												
51												
52												
53												
54												
55												
56												
57												
58												
59												
60												
61	VISA	Nestle	Morgan Stanley	Colgate	Hewlett Packard Enterprise	NETFLIX	Cartier	HUAWEI	Santander	mastercard.	KIA	FedEx.
62												
63												
64												
65												
66												
67												
68												
69												
70												
71												
72												
73	PayPal	LEGO	salesforce	Panasonic	Johncn-Johncn	LAND ROVER	DHL	Ferrari	discovery	CATERPILLAR	TIFFANY & CO.	JACK DANIELS
74												
75												
76												
77												
78												
79												
80												
81												
82												
83												
84												
85	Corona Extra	Johnnie Walker	Heineken open your world	JOHN DEERE	Shell	MINI	Dior	Spotify	HARLEY DAVIDSON	BURBERRY LONDON ENGLAND	PRADA	Sprite
86												
87												
88												
89												
90												
91												
92												
93												
94												
95												
96												
97	Hennessy XO	Nintendo'	Subaru									

DATE CONFORM BRAND FINANCE