

تبني العلامات التجارية (البراند) بطرق مختلفة تتنوع بحسب المكان والزمان وطبيعة المنتج أو الخدمة الحاملة للعلامة التجارية. ومن هذه الطرق أنها قد تبني بالصدفة البحتة التي لا تكون بطريقة علمية معتبرة وإنما باجتهادات شخصية تحقق نجاحات كبيرة، ولا يقلل ذلك من قيمة العلامة مطلقاً ولكنه قد يجعلها تحت التهديد بالفشل إذا لم يتدارك ملاكها الوضع ويبدؤون في تحويل التعامل معها إلى الأسلوب العلمي والعملية المنطقي الذي يكفل لها الاستمرار والتطور والنمو.

هذا الكتاب يحاول إن يساهم بإضافة علمية وعملية لتقنين خطوات بناء العلامات التجارية وجعلها عمل احترافي مبني على أسس علمية مما يكفل لها البناء الصحيح مع إدارتها بشكل محترف على مر الأزمان ومختلف الأسواق التي قد تغزوها العلامة. كما أنه قد يساعد من لديه علامة تجارية ناجحة بتطويرها وضمان استمرارها. بناء العلامة التجارية وإن ظهر بهذا الكتاب كعمل مقنن ذو خطوات علمية مدروسة إلا أنه في واقع الحال لا يخلو من الاجتهادات الشخصية والإبداع الذي قد يكون وليد اللحظة، وفي كثير من الحالات يعتمد على ردّات الفعل أكثر من الفعل ولكن ترك الأمور للاجتهادات وردّات الفعل فقط كفيل بجعل العلامة ضعيفة كقارب صغير تتقاذفه الأمواج.

وعلى ذلك ولبناء العلامة التجارية (البراند) لابد من العمل العلمي المقنن المبني على خطوات علمية مع القدرات الشخصية والمهارة والخبرة التي تنتج من التجارب السابقة ودراسات السوق.

---

الكتاب من إصدار تشكيل للنشر والتوزيع  
متوفر للطب عبر متجر تشكيل على الرابط التالي:

<https://tashkeell.com/zWGrKd>

---