

מיתוג בית ספרי- רע הכרחי או שם המשחק?

אבינועם כספי גרינפילד

כל הזכויות שמורות ©



המכון הישראלי למנהיגות בית ספרית
المعهد الاسرائيلي للقيادة المدرسية





מותג הוא

מערך של רעיונות,
הבטחות, חוויות ורגשות
הקשורים במוצר, ארגון או אדם
– היוצרים עבורו
בידול משמעותי

אנשים צורכים אותו כי הם מתחברים אליו רגשית, ומפתחים אליו נאמנות ארוכת שנים.





הוא מספק להם בטחון,
הוא מעורר בהם השראה,
מעניק להם אהבה,
ומייצג אידיאלים שמדברים אליהם

לאנשים יש מערכת של עמדות, תחושות, דעות ורצונות כלפי המותג



מותג הוא מוצר או ארגון שהפיחו בו נשמה.

הנשמה מאפשרת למוצר לייצר
חיבור רגשי ומערכת יחסים

עם הצרכן, ובכך לעורר אהבה.



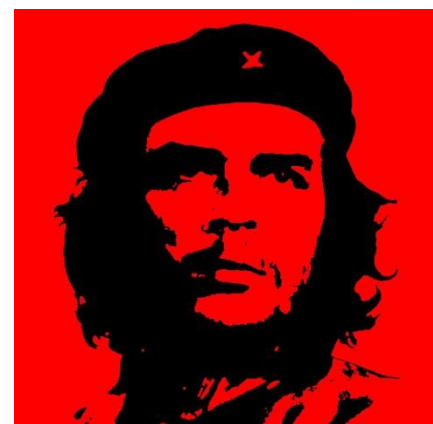
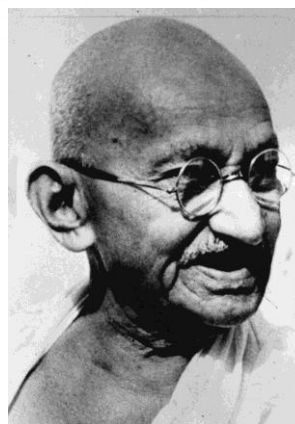
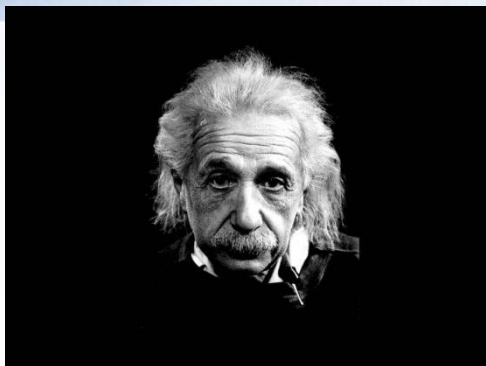
To Brand = לקבע, לצרוב



למותג יש שם וזהות



למותג יש שם וזהות



קיימות – חברה, סביבה, עסקים



עולם של מורשת ושורשים



אינדבידואליות –היפר פרסונליזציה מותג המשתלב בחוויה האישית - פרטית



בידול – צמצום אפשרויות הבחירה – רהיטות במותג ובמוצר



חווית השירות – חווית הלקוח



אוושר – מגע אנושי



בניית מותג.
איך עושים את זה ?



