



# BRAND ACTIVATION

EGYEDI BRAND-KONZULTÁCIÓK

**MB** | MAGYAR  
BRANDS  
2024



# EGYEDI BRAND-KONZULTÁCIÓK

---

A márkaépítés fontosságát mind ismerjük, a sikeres „hogyan”-t viszont kevesen. Az egyedi brand-konzultációink ebben segítenek. Az általánosan érvényes tudásanyagon túl az egyedi konzultációra az előadó márkaszpecifikusan is felkészül, előzetes kérdések alapján. Így az általános trendek bemutatásán túl személyreszabott beszélgetés és gyakorlatban alkalmazható tanácsadás nyújtható.

**A konzultációk menete:** előzetes kérdőíves adatbekérés, átadó meeting

**Időtartam:** 3-4 óra, kávészünettel

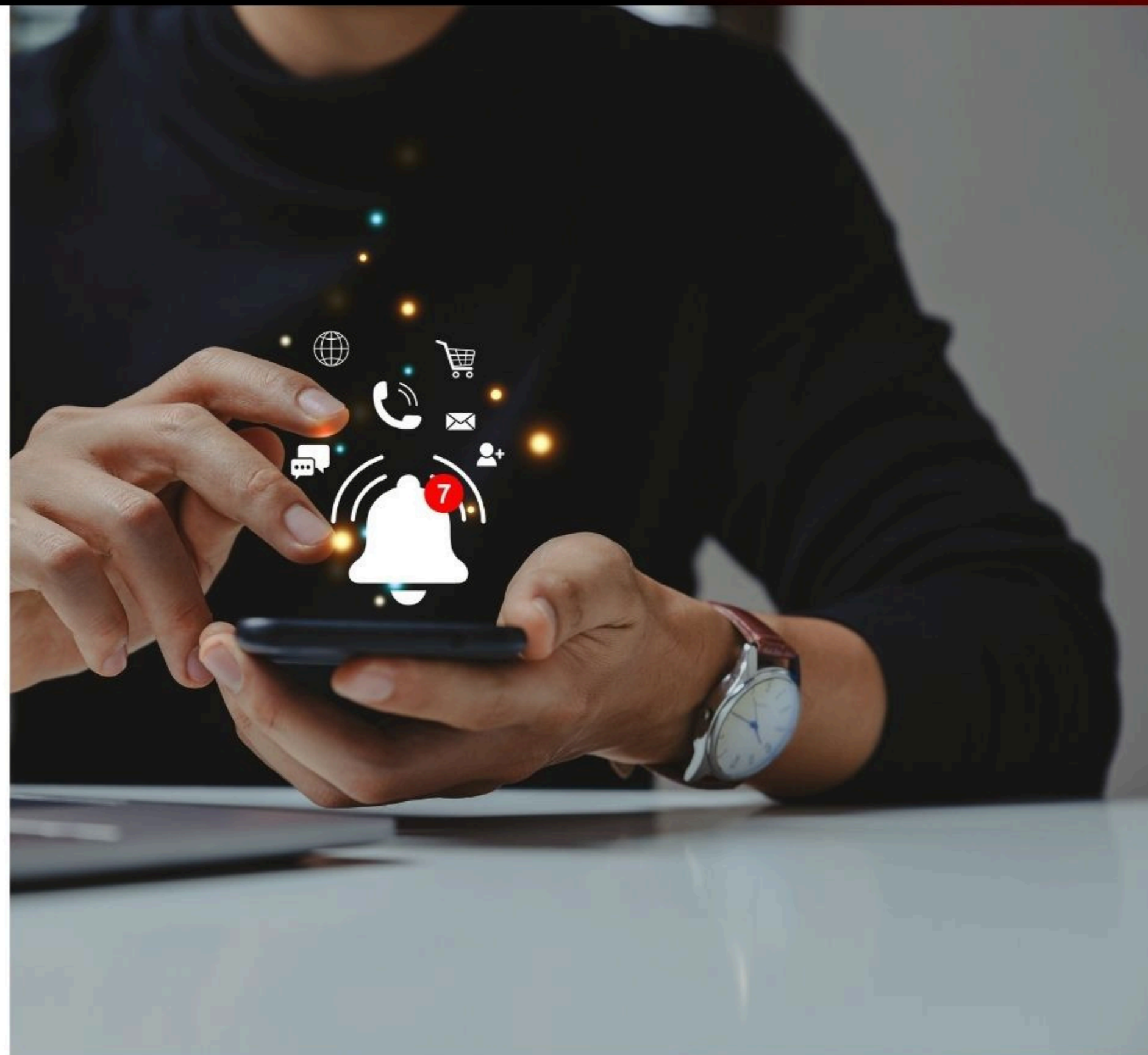
**Helyszín:** Brand Content Headquater, H-1035 Budapest, Vihar u. 18.



# BRAND ACTIVATION

## Kiknek ajánljuk?

Azon vállalatoknak, vállalkozásoknak, szervezeteknek, akiknél a márka kommunikációja fontos versenypiaci előnyt hordoz magában és akik célcsoportjaik vonatkozásában elköteleződést vagy éppen közép-hosszútávú fogyasztásnövekedést szeretnének elérni akár B2B, akár B2C fronton. A 4 lépcsős brand aktivációs modell azoknak a stratégiai útja, akik hosszútávú versenyelőny kiépítésében gondolkodnak, akik kiemelkedő és stabil növekedési pályára akarják állítani meglévő vagy újonnan bevezetésre kerülő márkájukat.



## Miért van szükség profi brand építésre?

Mert a márkád nem olyan, amilyennek gondolod. A márkád olyan, amilyennek mások gondolják.

A márka olyan helyzetekben is képes versenyképesé tenni egy piaci szereplőt, ahol termék vagy szolgáltatás önmagában már nem elegendő. Egy márkát felépíteni sokkal többről szól, mint termékjellemzőkről vagy árakról tájékoztatni a célcsoportokat, vagy éppen vásárlásra ösztönözni, egy márkához érzelmek kötik az embert, ebből vagyunk képesek érdeklődést generálni, emléket és kötődést generálni és a márka iránti hűséget felépíteni.



## Miért lesz sikeres egy márka?

### A 4 LÉPCSŐS BRAND AKTIVÁCIÓS MODELL.

A folyamat során 4 stratégiai fázison keresztül modellezzük le a márka célcsoport környezetét, fogyasztói és vásárlási motivációit, a célcsoportok legfontosabb személyiségjegyeit, tartalom és egyéb médiafogyasztási szokásait. Mindezek ismeretében 3-5 évre tudjuk úgy a márka vázát felépíteni / újraépíteni, hogy a brand egyrészt jól beazonosítható legyen a piacon, másrészt képes legyen magát kellően megkülönböztetni a versenytársaktól. A folyamat során nemzetközi és hazai értelemben is már sokszor bizonyított módszertanokat alkalmazunk, és a konzultációk tartalmazznak egy megvalósítási akciótervet is, ahol adott erőforrásokra, adott időtáv ismeretében javasolunk eszközöket, kampányokat (marketingkommunikációs tervezés).

**MB** | MAGYAR  
BRANDS  
2024

**SZAKMAI PARTNERÜNK**

**positive**  
**adamsky**  
BY HINORA GROUP

A Positive Adamsky a magyar tulajdonú ügynökségek között a TOP 5 legnagyobb magyarországi ügynökség egyike, alapítója a Magyar Marketing Szövetség elnöke. Az ügynökségi csoport integrált full service szolgáltatási portfólióval rendelkezik, nagyon erős kompetenciákkal bír a márka- és marketing stratégia, a munkáltatói márkaépítés, a digitális- és közösségi média, valamint a PR terület vonatkozásában. A több mint 100 fős ügynökségben minden egyes szakterület képviselteti magát, strategy, creative, art, motion, video, digital, development, PPC, social, PR, event.