



چه کسب و کارهایی
نیاز به برندینگ
ندارند؟



برندسازی یک جنبه اساسی در تجارت است
که به ایجاد هویت منحصر به فرد و تفاوت
جایگاه در بازار و ذهن مخاطب کمک می‌کند.
اگرچه برندسازی برای اکثر کسب و کارها
مفید است، اما در چندین مورد، برندسازی
ممکن است کمتر حائز اهمیت باشد یا تمرکز
متفاوتی داشته باشد. در ادامه چند نمونه
ارائه می‌دهم که کمتر به برندینگ نیاز دارند:



۱. در انحصار کامل (مونوپولی) و حمایت دولتی هستید!
۲. کسب و کاری با تکنولوژی منحصر به فرد و مبتنی بر نیاز مخاطب دارید و رقیبی توانایی ساخت یا ارائه خدمات مشابه را ندارد. (Cutting-Edge Tech)
۳. کارخانه تولیدکننده بدون لیبل (Private Label) یا (White Label یا OEM) و عمده فروش هستید.
۴. تولیدکننده ماده اولیه (معادن، نفت خام و...) یا B2B (که ملاک تجارت در آن اعتماد و ارتباطات فردیست)
۵. استارت‌آپ در مراحل اولیه (قبل از فروش موفق) یا بیزینس بدون سرمایه اولیه مناسب



۶. کسی که از تغییر و رشد و شناخته شدن می ترسد!
۷. کسب و کاری که مخاطب یا فروش ندارد!
(محصول از مُد افتاده یا غیر قابل استفاده)
۸. کالای مصرفی (commodity) که برای مخاطب فقط قیمت و در دسترس بودن ملاک باشد و خیلی به نام آن اهمیت ندهد!
۹. ارائه دهنده خدمات محلی: لوله کش، سیم کش و تعمیرکار و... (که البته سطح کمی از برندینگ به آنها نیز کمک خواهد کرد.)
۱۰. سازمان های غیر انتفاعی (معمولاً تمرکز خود را بر ارتباط مأموریت، ارزش ها و تأثیر اجتماعی قرار می دهند و نه بر روی برندسازی سنتی)



اگر کسب و کار شما در این ۱۰ مورد قرار
نمی‌گیرد و هنوز اقدام به فرآیند برندسازی
نکرده‌اید، بهتر است همین حالا اقدام
کنید! چرا که نتیجه‌دادن برند در ذهن
مخاطب و جا افتادن در جایگاهی
مشخص، بین **۳ تا ۷ سال** زمان می‌برد!

Independent research using reputable sources like business directories,
industry reports, company websites, and financial publications.



حمیدرضا رضوی

HamidrezaRazavi.com

کارگردان برندینگ

(مدیریت هنرمندانۀ برند شما)

