

برند سازی جزیره کیش

برند سازی جزیره کیش

برند سازی جزیره کیش: فرآیند برندسازی متمرکز بر روی ایجاد و افزایش سطح آگاهی برند می باشد و بواسطه برنامه های ترویجی و تبلیغاتی به ثمر مینشیند و طراحی هویت برند بخش اساسی این فرآیند محسوب می شود.

*توجه: این یک رپرتاژ آگهی میباشد.

برای مثال جهت برند سازی جزیره کیش ابتدا باید ایجاد آگاهی لازم در خصوص این منطقه گردشگری انجام شود و با داشتن استراتژی لازم برای برنامه های طولانی مدت تبلیغاتی در خصوص جزیره کیش ادامه فرآیند برند سازی میسر می شود .

جزیره ی کیش را میتوان از مکان هایی از ایران در نظر گرفت که گردشگری در آن از محوریت اصلی آن مکان قرار دارد و پتانسیل لازم را جهت جذب گردشگران خارجی و داخلی را دارد .

بررسی برند گردشگری جزیره کیش یکی از موارد ضروری آن جهت تدوین استراتژی های بازاریابی این مقصد به حساب می آید . یکی از رویکردهای ارزیابی در مقوله برندسازی، ارزیابی برند از نقطه نظر گردشگران می باشد که از آن با عنوان ارزش ویژه برند از نظر گردشگران یاد شده است . امروزه ارزش ویژه برند قوی عاملی مهم در جهت تاثیر بر ادراکات گردشگران از برند مقصد می باشد .

در واقع موفقیت در مدیریت برند جزیره کیش از درک و مدیریت مناسب ارزش ویژه ی آن حاصل می شود و از این طریق می توان مشخصه های قوی ای از برند را ایجاد کرد که می تواند در تصمیم گیری گردشگران جهت انتخاب مقصد گردشگری تاثیر گذار باشد.

از نظر گردشگر ارزش برند جزیره کیش به عواملی وابسته است :

- (1) آگاهی

- (2) تصویر ذهنی

- (3) کیفیت ادراک شده

- (4) وفاداری به برند

آگاهی : آگاهی در واقع قدرت اراده برند در ذهن مردم است . یعنی مردم به دلایلی که آنان را مشتاق کرده است از آن برند یاد کنند و میزان تجسم آنان از برند را مشخص می کند . به عنوان مثال تجسم مردم از جزیره کیش به چه صورت است ؟ با توجه به چه عواملی برای رفتن به کیش مشتاقانه اقدام می کنند !؟

تصویر ذهنی : تصویر ذهنی گردشگر در خصوص یک مقصد گردشگری بسیار حایز اهمیت است . به صورت مجموع اعتقادات ، ایده ها و ادراک افراد از مقصد گردشگری است . برای مثال جزیره کیش از نظر محیط فیزیکی ، از لحاظ اقتصادی ، آب و هوا و فرهنگ و تسهیلات در ذهن گردشگر به چه صورت است .

کیفیت ادراک شده : کیفیت ادراک شده به عنوان " ادراک فرد از کیفیت کلی یا برتری يك محصول یا خدمت نسبت به گزینه های دیگر " تعریف می شود . در واقع با تجربه ای که فرد از برند مربوطه به دست آورده ، نسبت به برتری و امتیاز آن نسبت به سایرین آگاهی دارد .

وفاداری : وفاداری جنبه کلیدی در برندسازی است . زیرا با وفاداری افراد ارزش و اعتبار یک برند فراهم می گردد .

همچنین در این خصوص به معرفی یکی از برترین متخصصین علم برندسازی یعنی دکتر علی آبکار به عنوان یکی از بزرگترین مشاوران حوزه برندسازی و مارکتینگ و تنها مشاور برندینگ جزیره زیبای کیش میپردازیم.



دکتر علی
آبکار

دکتر آبکار و برندسازی جزیره کیش:

با توجه به تحصلات تخصصی و دارا بودن Ph.D در رشته برندسازی بهترین گزینه جهت همیاری برای توسعه کسب و کارهای محلی در جزیره کیش می باشند.

[تبلیغات و ربرتاژ آگهی در روباه گرام](#)