



## 4. ОСНОВЫ ТЕХНОЛОГИИ ФОРМИРОВАНИЯ ВНУТРЕННЕГО ИМИДЖА БРЕНДА



# РАБОТА ПО ФОРМИРОВАНИЮ ВНУТРЕННЕГО ИМИДЖА БРЕНДА:

- 1. Целенаправленное управление внутренней коммуникацией
- 2. Обучение и консультирование, направленные на поддержание имиджа бренда в глазах персонала
- 3. Программы стимулирования труда
- 4. Кадровая политика
- 5. Поддержание благоприятного социально-психологического климата в коллективе

# ПОДДЕРЖАНИЕ ЗАЯВЛЕННЫХ СТАНДАРТОВ : «БЫТЬ, А НЕ КАЗАТЬСЯ»

- Сохранение верности заявленным ценностям
- Забота о своей репутации
- Отказ от раздутой нечестной рекламы
- Уважение к нуждам клиентов
- Поддержание высокого качества продукции
- Отказ от сиюминутной выгоды ради долгосрочного имиджа

## «АГЕНТЫ ВЛИЯНИЯ» ПО СТЕПЕНИ УБЫВАНИЯ ЗНАЧИМОСТИ:

- 1. Семья, друзья, люди, имеющие тесный контакт и реальный опыт общения с брендом
- 2. Сообщества и потребители
- 3. Скоординированная кампания маркетингового информирования

## МОНИТОРИНГ ИМИДЖА:

- 1. Уровень знания (0-10) – отсеять тех, чей уровень знания менее чем на 3.
- 2. Оценка общего имиджа. Имидж: 1-3 – негативный; 4-7 – нейтральный; 8-10 – позитивный.
- 3. Частные атрибуты общего имиджа (внешний вид, общительность, вежливость, дружелюбие персонала, забота об интересах других, интерьер и порядок в офисе) (0-10)

## МОНИТОРИНГ ИМИДЖА:

- 1. Сравните бренд с известными вам брендами-конкурентами, назовите их сильные и слабые стороны.
- 2. Вам комфортно, когда вы соприкасаетесь с брендом? Да – почему? Нет – почему?
- 3. Отождествляете ли вы бренд с вежливостью/ отзывчивостью/ доброжелательностью/ ответственностью?
- 4. Приветлив ли персонал компании?



Лепестковая диаграмма

1. Грубый		Утонченный
2. Неудобный		Удобный
3. Доминирующий		Второстепенный
4. Неприятный		Приятный
5. Консервативный		Современный
6. Ранний		Зрелый
7. Скромный		Тщеславный
8. Красочный		Бесцветный

Шкала семантического дифференциала



Заявление	Сильно согласен	В какой-то мере согласен	Отношусь нейтрально	В какой-то мере не согласен	Сильно не согласен
1. Джинсы (указывается конкретная марка) хорошо выглядят	1	2	3	4	5
2. Данные джинсы имеют разумную цену	1	2	3	4	5
3. Следующая пара ваших джинсов будет данной марки	1	2	3	4	5
4. Данные джинсы легко узнаваемы	1	2	3	4	5
5. В данных джинсах вы чувствуете себя хорошо	1	2	3	4	5

Шкала Лайкерта