

Mimo wielu rewolucyjnych zmian, jakie zaszły w marketingu w ciągu ostatnich dekad, pozycjonowanie marki jest wciąż priorytetem. Jednak rozwój internetu, media społecznościowe i marketing mobilny radykalnie przeobraziły reklamę i środki przekazu. Dziś **sukces marki** wymaga nie tylko dobrych narzędzi, ale i konsekwentnej realizacji dobrze przemyślanej strategii. Wiele z takich strategii opiera się na pozycjonowaniu, czyli na przekazach werbalnych, ale słowo nie zawsze jest najlepszym nośnikiem przekazu marki. Często skuteczniej działa obraz, a jeszcze lepsza jest taka kombinacja słowa i obrazu, która obudzi nasze emocje.

Podczas lektury tej książki zrozumiesz, a potem wdrożysz nowatorską koncepcję wizualnego młotka i werbalnego gwoźdźca. Dowiesz się, jak za pomocą młotka (poruszającego obrazu) przyciągnąć uwagę konsumenta i wbić mu w umysł gwoździec (przekaz pozycjonujący). W ten sposób sprawisz, że przekaz marki zagnieździ się na dobre w mózgu odbiorcy. Jeśli odpowiednio wzmocnisz obraz werbalnym przekazem pozycjonującym, uda Ci się entuzjastycznie nastawić odbiorcę do Twojego produktu.

Z tej książki dowiesz się:

- że obrazy i słowa są trochę jak młotki i gwoździe,
- jak wybrać najlepszy młotek, czyli stworzyć obraz wart zapamiętania,
- jak wykuć najlepszy gwoździec, czyli zwrócić się przekonująco do odbiorcy,
- jaką rolę odgrywa właściwe opakowanie,
- jak pielęgnować i wykorzystać mit założyciela,
- jak używać wizerunku celebrytów i zwierząt,
- jak bogatym źródłem inspiracji jest historia.

Oto 10 wizualnych narzędzi, których można użyć do budowy marki:

1. Kształt
2. Kolor
3. Produkt
4. Opakowanie
5. Akcja
6. Założyciel
7. Symbol
8. Założyciel
9. Symbol
10. Dziedzictwo

Spis treści

- INNE KSIĄŻKI LAURY RIES
- INNE KSIĄŻKI LAURY RIES I ALA RIESA
- WSTĘP DO WYDANIA POLSKIEGO
- PRZEDMOWA Ala Riesa
- 1 WIZUALNY MŁOTEK Jego zadziwiająca moc
- 2 GWÓŹDŹ Ostateczny cel
- 3 KSZTAŁT Im prostszy, tym lepszy
- 4 KOLOR Musisz wyróżnić się odmiernością
- 5 PRODUKT Idealny młotek
- 6 OPAKOWANIE Zrób to inaczej
- 7 AKCJA Skuteczniejsza niż nieruchomy obraz
- 8 ZAŁOŻYCIEL Naturalny wizualny młotek
- 9 SYMBOL Wizualizacja niewidzialnego
- 10 CELEBRYTA Gwiazda w wizerunku marki wady i zalety
- 11 ZWIERZĘTA Animizacja się sprawdza
- 12 DZIEDZICTWO Czerpanie z bogactw historii
- 13 TWÓJ WŁASNY MŁOTEK Jak go znaleźć?
- O autorze LAURA RIES