

تأثير العلامة التجارية على صناعة الاثاث

أ.د/ حسين كامل النبوي

أستاذ التصميم عميد كلية الفنون التطبيقية سابقا - كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

hussainkamelelnabawy@gmail.com

أ.م.د / ضياء الدين طنطاوي

أستاذ مساعد قسم التصميم الداخلي و الأثاث - كلية الفنون التطبيقية جامعة حلوان

diaatantawy@hotmail.com

الباحث / احمد عبد العظيم عبد الرحمن

مصمم

a@the-superstudio.com

ملخص البحث:

تخلص الورقة البحثية الى القاء الضوء على مفاهيم الهوية التسويقية و بناء العلامة التجارية و مدى الأثر على خطط وآليات التسويق المختلفة و كذلك النفع العائد بالقيمة المضافة للمنتج من خلال تأكيد الهوية التجارية و الذى يساعد على رفع و تعزيز مكانة المنتج التسويقية و السعرية و القدرة على التنافسية, كما يتطرق البحث للقاء الضوء على أحد الشركات العالمية الكبرى العاملة فى صناعة و توزيع الاثاث و المفروشات حول العالم.

و هنا سوف نتناول بالتفصيل عن موضوعان اساسيان :-

الاول : حول العلامة التجارية :

- الهوية التجارية : من خلال الهوية التجارية , سوف نتعرف على كيف تسعى الشركة إلى نقل أفرادها وتميزهم لجميع الجماهير ذات الصلة.

- القيمة المالية : من خلال القيمة المالية , سوف نتعرف على كيف القيمة المضافة التى تمنح العلامة التجارية بها المنتج.

- صور العلامة التجارية: من خلال صور العلامة التجارية , سوف نتعرف على كيف صورة العلامة التجارية هى بقعة من المعتقدات التى عقدت حول علامة تجارية معينة.

ثانيا : العلامة التجارية و القيمة :

- قيمة الشهرة : من خلال قيمة الشهرة , سوف نتعرف على كيف تشكل ثقافات العلامة التجارية جودة المنتج من وجهة نظر اقتصادية , تكون العلامة التجارية بمثابة حاويات للشهرة.

- قيمة العلاقات : من خلال قيمة العلاقات , سوف نتعرف على كيف تشكل ثقافات العلامة التجارية كيف تقوم ثقافات العلامات التجارية بتشكيل العلاقات تصورات العلامات التجارية أيضاً

أن الشركة المنتجة للمنتج يمكن الوثوق بها لتعمل كشريك طويل الأجل يستجيب بمرونة لاحتياجات العملاء المستقبلية.

و اخيرا يلقي الباحث الضوء على "ايكيا" كدراسة حالة عن اهمية العلامة التجارية

كلمات المفتاحية:

(العلامة التجارية – بناء العلامة التجارية – الهوية الجارية – صناعة الاثاث)