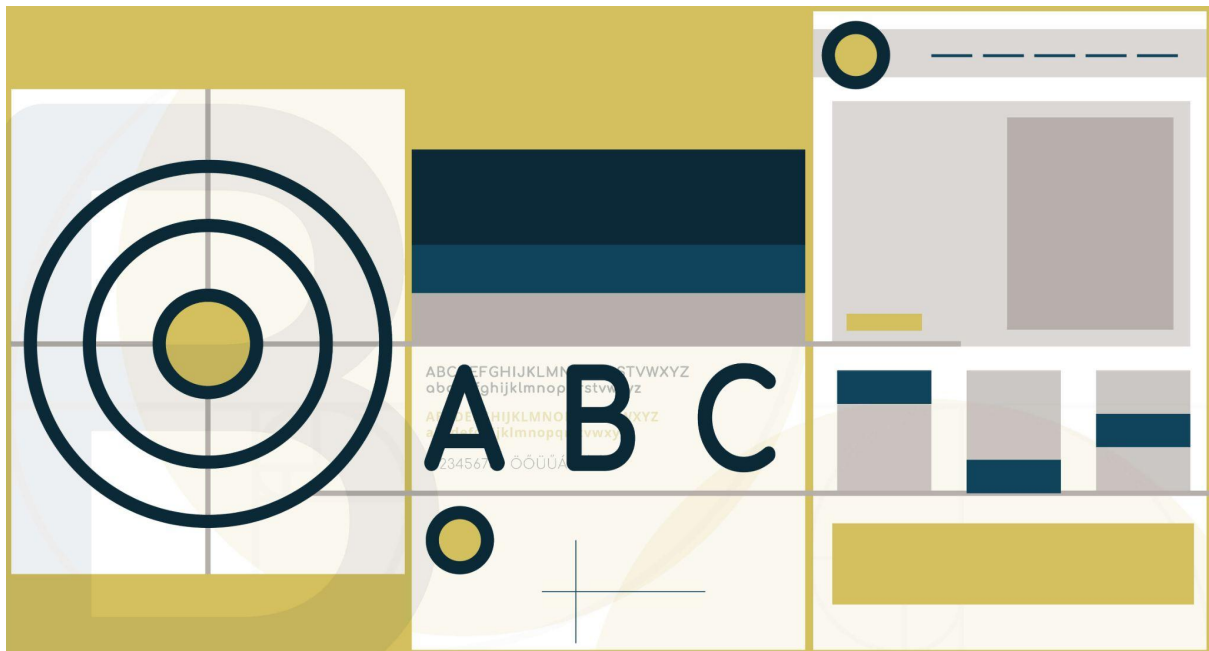


Hol tart most a márkám?

51 kérdés + 1 tanács



Ebben a kis három részes útmutatóban végigjárjuk a legfontosabb lépéseket és feltesszük a legalapvetőbb kérdéseket. Tesszük ezeket mindazért, hogy tisztán lássuk, hogy a márkád építésének folyamatában hol tartasz éppen.

Abban nyújtok neked segítséget, hogy lásd, miként épül fel egy márka, mik azok a mérföldkövek, téglák, amik nem kerülhetők ki és nem hagyhatóak el az építkezés során. Ha igazán stabil alapokkal szeretnél elindulni és igazán jól működő megjelenést szeretnél, mindenképp érdemes átgondolni ezeket a lépéseket.

Ez az útmutató segít abban is, hogy meg tudd határozni, hogy mi az, amire igazán szükséged lehet, hol vannak a hiányosságok és mihez érdemes igénybe vened külső segítséget.

Ha megválaszolod a kérdéseket, akkor:

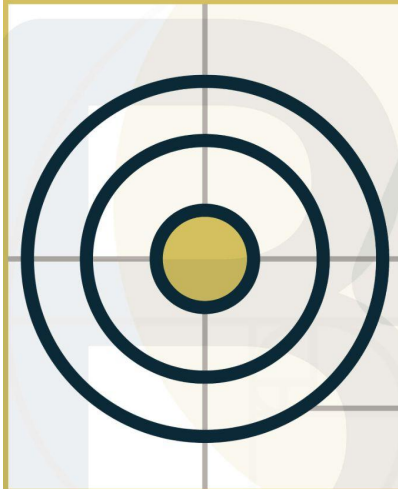
- **Jobban átlátod majd a márkáépítés folyamatát.**
- **Láthatod az erősségeidet, a már megtett utad eredményét.**
- **Megláthatod a hiányosságokat, azokat a területeket, amiken érdemes dolgozni.**
- **Tisztábban fogod látni, hogy miben van szükséged segítségre.**

Ha nem haladsz végig a kérdéseken, akkor előfordulhat, hogy:

- **Olyan hiányosságaid maradnak a márkádban, amik később gondot okozhatnak.**
- **Nem látod át a tervezési folyamatot és bizonytalanabb leszel a következő lépésednél.**
- **Nem veszed észre azokat az erősségeidet, értékedet, amiket már beletettél a folyamatba, mert nem kapsz érdembeli visszaigazolásokat.**
- **Nem fogod látni, hogy miben is van igazán szükséged segítségre.**

1. LÉPÉS

Branding, a márka alapja



BRANDING

A márka építésének a legelső lépése egy branding folyamat, amely az alapokat hivatott lefektetni. Ha ezek a kérdések nincsenek megválaszolva, akkor a márkánk bizonytalan lesz. Nehezen kommunikálunk, következetlen döntéseket hozunk, könnyen kibillenthetőek leszünk.

Ha nincs brand, nincs brief, nincs kontroll a tervezés, a design és a marketing fölött.

Leginkább pedig saját magunknak van szükségünk erre az átgondoltságra, hogy igazán magabiztosan, motiváltan és önazonosan tudjunk vállalkozni.

A 17 branding kérdés

1. Mi a célja a vállalkozásomnak, mi a küldetésem?
2. Mi a tevékenységem?
3. Hogyan működök?
4. Miért csinálom ezt?
5. Ki a célcsoportom?
6. Ki az ideális ügyfelem?
7. Mi a célcsoportom legnagyobb problémája?
8. Hova pozicionálom magam most a piacon és hova 5 év múlva?
9. Mi a márkám három legfontosabb jellemvonása?
10. Mik a márkámra legkevésbé jellemző tulajdonságok?
11. Ha a márkám egy ismert személy lenne, ki lenne?
12. Mi a legfőbb erősségem?
13. Mi az értékem?
14. Hogyan és milyen módon (hangnem) kommunikálok a célcsoportommal?
15. A 20 másodperces bemutatkozásom egy idegennek a liftben:
16. Mi a márkám víziója?
17. Mik a történeteim (akár egy is elég), amiket elmesélve kapcsolatokat teremtek?

Már lerágott csont és a nagy része régen megválaszolt kérdés számodra?

Ha tisztában vagy a miérteddel, a célcsoportoddal, a márkád személyiségével, pozíciójával és meghatározásával, akkor az alapok nagy vonalakban rendben is vannak nálad.

Gratulálok! Lépj tovább!

Ha sok kérdést hallottál már és tudod is, hogy milyen fontosak, csak még nem írtad le a válaszaidat, akkor mindenképp tedd meg, hogy megtapasztald, mennyire jó, ha tisztán látod az alapokat.

Hozd létre a saját kis brandbookodat!

Ha nem tudod meghatározni legalább a legfontosabb kérdésekre a válaszaidat, akkor valószínűleg még nem tisztázódott le benned, hogy miről is szól a márkád. Ha nagyon sok kérdés ködös, nehéz is mit kezdeni velük és nem is igazán tudod, hogy mire irányulnak a kérdések és honnan induljon a válasz, akkor megállapíthatod, hogy itt tartasz, ennél a lépésnél.

Hol tartasz?

- A gyönyörű alapoknál.

Mire van szükséged?

- időre
- átgondolásra
- tanulásra
- branding jellegű segítségre*

* A visszajelzések és az eddigi megkeresések alapján is hasznos lenne egy konkrétan branding jellegű segítség. Éppen ezért gőzerővel dolgozom egy alap branding kurzuson, ami kifejezetten az önazonos kisvállalkozóknak fog szólni. Egyszerű lesz és olcsó. Célom, hogy tudjak segíteni az igazán önazonos és stabil márká alapokat kiépíteni. A vizuális válasz ugyanis csak ezután következhet.

2. LÉPÉS

Arculat és design



Ha készen állunk az alapokkal, gőzerővel haladhatunk tovább a vizuális válasz irányába. A céljaink és a kommunikációnk gyönyörűen segítik a márkánk megjelenésének kibontakozását. Mindig az első lépés a legnehezebb, aztán már csak visz a lábunk előre :) Biztos vagyok benne, hogy ezek a kérdések már könnyebbek lesznek.

**Az arculat kérdései sokkal inkább érzelmekről szólnak, a szépségről,
az elképzelésekről.**

Ezen kérdések mentén nagyon szépen tudsz majd haladni egy grafikkussal, vagy designerrel a logód és arculatod tervezésével. A folyamat könnyedén és szép ütemben haladhat.

A 17 arculat kérdés

1. Mi a márkám neve?
2. Milyen szlogent, kiegészítő szöveget, meghatározó információt fontos még egyből közölnöm? Ha van ilyen, akkor közlöm?
3. Mi az első dolog, amit az emberek éreznek (szeretném, hogy érezzenek), ha találkoznak a márkámmal?
4. Van logóm (ami vektorgrafikus)?
5. Van emblémám, vagy kabalám?
6. Működik a logóm kicsiben (favicon), nagyban (óriásposzter), inverzben (sötét háttéren), színesben, fekete-fehérben, szürkeárnyalatosan?
7. Megfelel a logóm a tervezés 7 fő szabályának?
(jól megkülönböztethető, jól látható, jól alkalmazható, jól felidézhető, sokoldalú, időtlen, egyszerű)
8. El lehet még venni a logóból bármit anélkül, hogy az üzenet csorbulna?
9. Vannak elemek, tárgyak, érzések, színek, fogalmak, amik kapcsolhatók a márkámhoz?
10. Vannak különböző helyzetekben használható és ismétlődő arculati elemeim?
11. Van stílusa a márkámnak? (könnyed, klasszikus, erőteljes...)
12. Ez a stílus a célcsoportom ízléséhez igazított?
13. Mik a márkám személyiségét kifejező színek?
14. Milyen stílusú betűk illenek a márkámhoz?(kézzel írt, klasszikus, díszített, egyedi...)
15. Az online és offline megjelenésre is kialakított a vizuális működésem?

16. Vannak terveim a változások és újítások esetére? (pl új termék bevezetése)

17. Az én márkám arculata azért egyedi és önazonos, mert :

Könnyen ment? Minden megvan? Minden kész?

Ha igen, akkor nagyon szuper! Lehet haladni tovább, megnyílhatnak a bezárt kapuk. :)
Ha ezek után egy aktív digitális jelenlétet szeretnél az online térben, akkor mindened meg is van hozzá, hogy meglépd ezt a nagy lépést. Persze még a weboldalad tervezésének folyamata hátra van, de te már most rendelkezzel azzal az alappal ami ahhoz kell, hogy egy csodaszép és jól működő weboldalad legyen.

Ha szinte semmi nincs még készen ezekből és a kérdésekre csak olyan válaszok jöttek, hogy: nem, ez sem, még nem tudom!, az is elég szerencsés helyzet. Az alapok rendezése után, nagyon szép folyamatban tisztán fel lehet építeni a vizuális megjelenést. Érdeemes tanulni a témában, vagy megkeresni egy jó tervezőt, aki végigvezet a folyamaton és együtt megalkotjátok a gyönyörűen működő logót és arculatot.

Valami már megvan, de valami még hiányos? Ez a bonyolultabb helyzet. Ha a meglévő dolgok tudatos építkezés eredményei, akkor a hiányosságok könnyen behozhatóak. Lehet, hogy csak pár olyan apróság hiányzik, amihez nem sok külső segítség kell.

Ha viszont az a helyzet, hogy van már valami, de nem az igazi, sok az elképzelés, de még sehol sem tart a dolog, akkor valószínű, hogy nem spórolható meg a munka, hogy az elejétől át legyen gondolva és végig kelljen lépkedni egy tervezési folyamaton. Előfordulhat, hogy minden a kukába megy és inkább tiszta lappal indulunk újra, de a legtöbbször azért nem! Egy olyan tisztogatási munka ez, ahol beemeljük azt, ami jó és csak a vadhajtásokat vagdossuk le. :)

Hol tartasz?

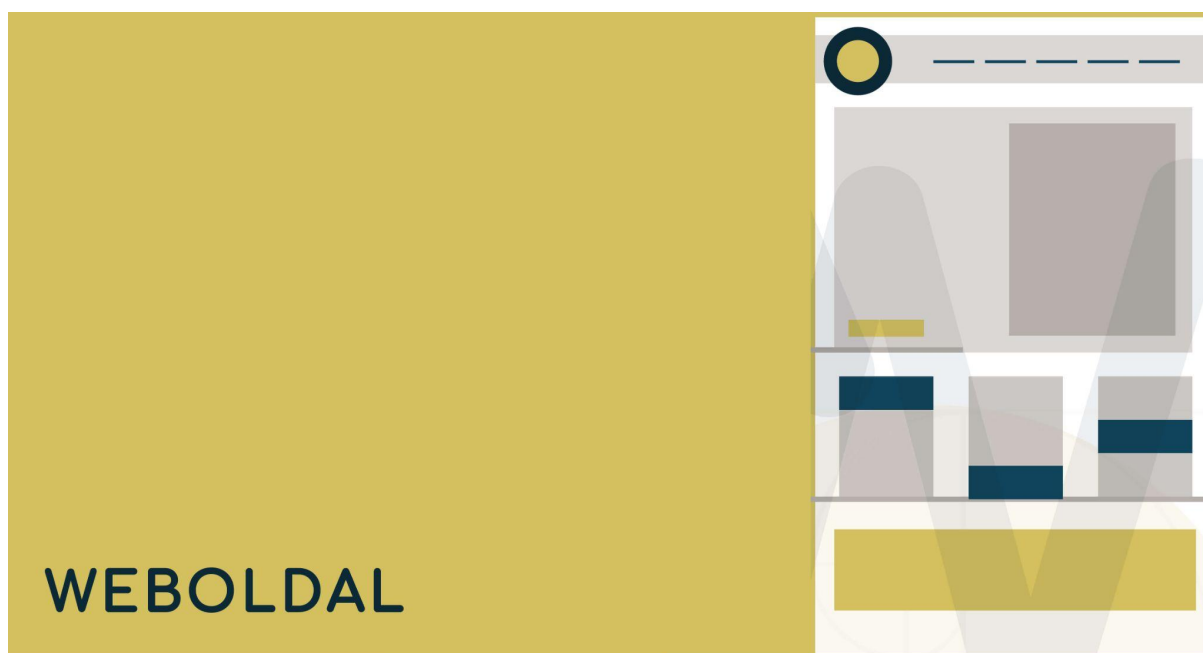
- Az arculatod formálódásánál.

Mire van szükség?

- időre
- átgondolásra
- tanulásra
- kreatív tervezői segítségre (grafikus, designer)

3. LÉPÉS

Weboldal, online marketing, digitális jelenlét



Ha elkészült a mély és stabil alapokra épített csodaszép arculat, akkor mehetünk is tovább a külvilágba. Tevékenységünkötől függően, de az online jelenlétet ma már megkerülhetetlenül, indulunk bele a nagyvilágba. Az első lépéseket általában a közösségi média felületein tesszük meg.

Libben a függöny! Megírtuk a művet, minden a helyén van, gyönyörűen beöltöztünk, készen állunk, jöhet az előadás! Milyen lesz a fogadtatás?

Siker, taps, nevetés, vagy fél perc után tömegesen kisétáló ásítózó?

Sajnos a digitális világban még ennél is kegyetlenebb helyzetben vagyunk. Főleg a közösségi média felületein, ahol nincs lehetőségünk végigjátszani sem a darabot és meghajolni. Minden mozdulatunkra egyből kapjuk a visszajelzéseket. Ha kérjük, ha nem! Máskor meg kong a nézőtér az ürességtől. Tartalmainkat ismételve, hirdetésekkel és marketing trükkökkel igyekszünk kiabálni a nagy zajban. Ez az őrjöngés jellemző az egész online térre.

A weboldalunk talán még a legcsendesebb online felület, ahol egy kicsit nyugodtabban beszélhetünk. Ha jól csináljuk, akkor érdeklődéssel fogyasztják tartalmainkat. Olyan formában osztjuk meg az információkat, ahogy a legcélszerűbb és leghasznosabb. Megszólítunk, érzelmeket keltünk, mesélünk és megmutatunk, kifejezünk, adunk és eladunk, meggyőzünk és kapcsolódunk...

Természetesen a weboldalunkra navigálás is egy külön történet. Egy nagyon fontos eleme a harmadik lépésnek, hogy a célcsoportunk ránk is találjon. Ezért is ez a lépésünk nagyrészt marketing jellegű, hisz a weboldalunk is az egyike a legjobb marketing eszközeinknek.

A 17 weboldal kérdés

1. Jelen vagyok az online térben? (magánszemélyként, vagy a vállalkozásommal)
2. Tudatosan használom és szeretek konkrét közösségi média, vagy egyéb online felületeken aktívan jelen lenni? (facebook, instagramm, tik-tok, twitter, linkedin, behance, pinterest, youtube...)
(Tudom, hogy hol miért igen, vagy miért nem?)
3. Van marketing stratégiám?
4. Tudom, hogy mit, kinek, miért és hogyan értékesítek?
5. Van saját weboldalam?
6. Ha nincs:

- Tudom, hogy miért van, vagy miért nincs rá szükségem?
 - Látom a lehetőségeimet és a korlátaimat?
7. Ha van: (ha még csak szeretnénk, elképzelhetjük, milyen lenne, ha már lenne :))
- Találó a domain nevem?
 - Az oldal a célközönségemnek szól?
 - Rámtalálnak?
 - Három másodperc alatt kiderül, hogy miről szól az oldalam?
 - Logikus a felépítése?
 - Következetes stratégiai alapokra épített?
 - Egységes a megjelenése?
 - Kifejezi a márkámat a formavilága?
 - Az arculatomat tükröző, önazonos a megjelenése?
 - Az emberek megtalálják az oldalon, amit keresnek?
 - Elég információt és tudást osztok meg a témámban?
 - Nem tévednek el a menüpontok között?
 - Olvasható, átlátható a tartalom?
 - Elég tagolt, elég szellős?
 - A képek, fotók, grafikák kifejezőek, egyediek, jogtiszták?
 - Ami kattinthatónak néz ki, az kattintható?
 - Gyorsan betöltődnek az oldalak?
 - Jogilag rendben van?
8. Mi (vagy mi lenne) az elsődleges (majd másodlagos, harmadlagos) célja a weboldalamnak?
9. Átlátom az információátadás és az értékesítem folyamatait?
10. Kihasznlom a technika adta lehetőségeket?(Tudom, hogy miért igen, vagy miért nem?)
11. Készítek friss tartalmakat, blogolok? (Tudom, hogy miért igen, vagy miért nem?)
12. Tudom mit takar az ui, ux, seo, tartalomgyártás, google ads, online marketing fogalmak? Alkalmazom őket?
13. Építek listát? Kommunikálok az érdeklődőkkel? (Tudom, hogy miért igen, vagy miért nem?)
14. Tisztában vagyok a jogi kötelezettségekkel? (ÁSZF, GDPR, Impresszum...)
15. Vannak automatizált rendszereim? (Tudom, hogy miért igen, vagy miért nem?)
16. Van elég türelmem megadni a folyamatoknak a kellő időt?
17. Van belső és külső módszerem kezelni a véleményeket, a dicsétreteket, a kritikákat, a rosszindulatot, a tartalomlopást...?

Ez sok-sok téma. Itt nehezebb is volt lényegretörő kérdéseket feltenni, mivel ennél a lépésnél már meglehetősen speciális irányokba lehet szerteágazni. Ezért is egyedi és gyönyörű az én webdesign szakmám. :)

Ha könnyen jöttek a válaszok és már tökéletesen működik a weboldalad és a marketing stratégiád, akkor valószínűleg csak kíváncsiságból kérted ezt az anyagot. Örülök, hogy érdeklődsz és folyamatos pozitív visszajelzésekkel jutalmazod magad. Gratulálok, hogy a márkaépítés első 3 lépésével készen állsz! Sok sikert a működéshez, további fejlődéshez!

Ha még nincs weboldalad, vagy már van, de nem működik megfelelően, akkor most már tudod, hogy hol vannak hiányosságok és miben érdemes segítséget kérned.

Hol tartasz?

- A weboldal készítés küszöbén.

Mire van szükséged?

- egy kis időre
- átgondolásra
- információ gyűjtésre
- webdesigner segítségére
- esetleg online marketinges segítségre

EI is érkeztünk a végére. Gratulálok, hogy végimentél ezen a rövidke útmutatón! Egyszerűnek, vagy inkább zavarosnak és bonyolultnak tűnik egy márka útja?

Ha van kedved, írd meg nekem, milyenek találtad ezt az útmutatót. Mindig örömmel veszem a visszajelzéseket. :)

+ 1 TANÁCS A VÉGÉRE,

mert bort iszom, de bort is prédikálok :)



Akárhol is tartasz, akármerre is haladsz, a lényeg, hogy csináld azt amiben jó vagy, amihez értesz és amit szeretsz! Erre fókuszálj, ennek a menetére, kibontakozására koncentrálj! Add meg magadnak a kellő időt a fontos lépésekre, de folyamatosan haladj előre!

A vállalkozásod többi hasznos részét amennyire tudod, próbáld kiszervezni. Fontos ugyanis, hogy ne aprózódj fel!

Lehet, hogy tudsz rajzolni, de nem biztos, hogy az jó logó lesz. Lehet, hogy meg tudod tanulni a weboldal készítését, de rengeteg idődet és energiádat emészti fel és addig sem azzal foglalkozol, ami a Te értéked.

Ebből az 51- ből mindig a legelső kérdés maradjon a legfontosabb. A célod, a márkád célja, küldetése. A miérted, az értéked.

Ettől ne távolodj el soha túl messzire a munkád során!

Hadd meséljem el a saját példámat.

Az én értékem a stratégiai tervezés képessége és a kreatív digitális arculatok rajzolása, elkészítése a branding folyamatoktól kezdve a kész weboldalig.

A weboldalak elkerülhetetlen összetevője a jó működéshez az alap seo beállítások, majd az egyre mélyebbre ható online marketinges folyamatok. Ez egy olyan újabb komplex tudáshalmazt igényel, amit bár képes lennék elsajátítani, tudnék benne folyamatosan fejlődni, otthonosan mozogni benne és megfelelően alkalmazni is, viszont akkor elveszne a fókuszom a vizuális igényességről, ami nem lenne szerencsés, mivel az én vállalkozásom fő célja, hogy a vizuális környezetünk igényesebbé váljon.

Rájöttem, hogy sok mindenre képesek vagyunk, de nem kell ennyi mindent csinálnunk is. Tapasztalatnak nagyon jó, de nem igazán nyerünk vele időt, energiát és legtöbbször pénzt sem.

Én is felismertem ezt, ezért elkezdtem keresgélni. Nem sokára meg is találtam a hozzám nagyon közeli és szimpatikus online marketinges Ágit és megbeszéltem vele az együttműködést. Így én nyugodt lelkiismerettel adom át az ügyfeleimnek a szuperül megsejőzött weboldalakat.

Aki pedig komolyabb online marketinges folyamatot igényel, annak jó szívvel tudom is ajánlani Ágit későbbi együttműködésre, hisz Ő már az elejétől látta az adott vállalkozás folyamatait.

Én pedig megmaradhatok a saját erősségeimnél. Ennél a három lépésnél:

Branding, arculat, weboldal.

Ebben tudok neked is a legnagyobb örömmel és lelkesedéssel segíteni.

Keress bizalommal!



Gérecz-Vajda Dorottya

Dó
építész - webdesigner