

عنوان مقاله:

کرونا ... برند ماندگار تاریخ

محل انتشار:

فصلنامه روزنامه نگاری الکترونیک، دوره 5، شماره 1 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 4

نویسنده:

مرجان جانقربان - گرافیکست و مشاور برندینگ و طراح برند

خلاصه مقاله:

هیچ کسی فکرش را نمی کرد که یک ویروس بتواند از برند Apple , Amazon و یا دیگربرندهای مطرح جهانی هم رتبه بالاتری کسب کند، ترند شود، تمام توجهات را به خود جلب کند و از همه مهمتر در ذهن، قلب و روح هشت میلیارد جمعیت کره زمین به این سرعت رخنه کند! به همین دلیل است که می گوئیم برندها دنیای پیچیده ای دارند. در ابتدا ناشناخته متولد میشوند و ظهور می کنند و به مرور زمان شروع به عرض اندام می کنند. هر چه زمان بیشتری می شود برندی قوی تر است که سهم ذهن و سهم بازار بالاتری دارد و صد البته همماندگارتر است. الحق کرونا تمامی شاخصه های یک برند را دارد، فقط در سمت و سویی شاید به ظاهر منفی!! درس هایی که از ابتدای حضور مبارکش! به تمامی کسب و کارها داد بسیارند و در این مطلب سعی خواهیم کرد به برخی از آنها اشاره کنم:...

کلمات کلیدی:

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1243159>

