

Этапы создания и продвижения бренда

Целеполагание

- Анализ миссии компании или организации
- Определение места бренда в архитектуре брендов компании или организации
- Определение желаемого состояния бренда (качеств, жизненного цикла, конкурентных преимуществ)
- Формулирование измеряемых параметров бренда