

Brand Leadership – A New Boardroom Role

آقای مارتین رول، در سخنرانی خود به رشد قابل توجه ارزیابی‌های نامشهود در جهان اشاره و تغییر پارادایم کسب و کار را از تولید محوری به برندسازی را تشریح کرد.

وی در سخنرانی خود به بررسی ویژگی‌های یک برند قوی اشاره و برند را به عنوان یک شاخص مالی معرفی کرد. مارتین رول، به ارزش برند برای مدیران ارشد سازمان اشاره و با بیان مثالی از سامسونگ، تأکید کرد: «برندسازی باید از مدیران ارشد سازمان آغاز شود؛ دلیل رشد برندها در همین نکته است.» در قرن ۲۱، برندسازی، تنها نقطه تمایز میان شرکت‌ها خواهد بود. پارادایم جدید کسب و کار، از نگرش به تولید، هزینه‌ها، قیمت‌ها و سهم بازار، به برندسازی، طراحی و نوآوری، خلق ارزش و ارزیابی نام تجاری تغییر یافته است. بر این اساس، برند، یک دارایی کلیدی است. از جمله خصوصیات یک برند قوی، آن است که موجب افزایش ارزش برای سهامداران شود، توسط مدیران بازاریابی، مدیریت شود، یک بخش کاملاً مستقل در تمام سازمان بدین موضوع اختصاص یابد، به صورت ارقام مالی، برآورد شده و در ترازنامه، چون سایر دارایی‌ها بازتاب یابد. مشتریان، به برندهای قوی وفادار هستند و دوست دارند که برای برند قوی مبلغ بیشتری بپردازند و با شخصیت و ارزش آن ارتباط برقرار کنند. برند، نام و نشانی است که کاملاً از سوی سازمان حمایت می‌شود.

مدیریت برند، نیازمند انتخاب یک رویکرد میان وظیفه‌ای و در نظر گرفتن پارامترهای دانش، عملکرد و دستاوردهای مالی برند است. برندهای قوی دو جزء اصلی دارند: اول، وعده و تعهد برند که شامل ماهیت، شخصیت و موقعیت آن است و دوم، عملکرد برند که شامل منافع و ارزش‌های سازمان، توزیع و تصویر برند است. در ادامه، آقای مارتین رول، مدل مدیریت برند را تشریح کردند؛ این مدل، با بازبینی برند آغاز شده، سپس هویت برند ساخته می‌شود؛ بر اساس آن، استراتژی برند طراحی و در گام بعد، این استراتژی‌ها اجرایی شده و در پایان، ارزش ویژه برند و ارزش مالی آن ارزیابی می‌شود.

ایشان در پایان سخنان خود، اظهار داشتند: «برندسازی نیازمند توجه به عقاید و نظام فکری، مهارت و منابع مدیریتی است؛ پس اصول برندسازی را تا سطح مدیریت عالی سازمان بالا ببرید.»



چالش‌های شرکت‌ها در فرآیند برندسازی، از مرحله ایجاد آگاهی در مشتریان آغاز می‌شود و تا ایجاد باور در آنها ادامه می‌یابد.

آقای رول، سخنان خود را با ذکر مثال‌هایی از برندهای معروف نظیر BMW، Burberry و Schanghai Tang به پایان برد.