هيونداي - واللي تتبعها كيا - بدات بتقليد السيارات الياباني  
خصوصا ميتسوبيشي  
ونجحت بقوة  
ودي بداية ممتازة  
خصوصا انها دخلت في منافسة سعرية - في البداية طبعا  
-  
تسويقيا ان براند يعمل براند تاني دي اساسا فكرة ممتازة  
بحيث ان العميل اللي يهرب منك يهرب ليك  
زي احمد حلمي كده لما اتكلم عن المبدا ده باسم كل نفسك  
فلو مش عاجباك هيونداي - فيه كيا  
-  
بدات هيونداي وكيا تعمل تصميماتها الخاصة  
واستجلبت مصمم من اودي اسمه بيتر شراير  
وده فكر تطوير ممتاز  
ابدا من حيث انتهي الاخرون  
-  
شراير حاول يصنع هوية جديدة لهيونداي وكيا  
لكنه بقصد او بدون قصد نقل هوية اودي  
لدرجة انك لو شلت لوجو هيونداي وحطيت اودي  
ولا هتحس بحاجة  
-  
اضافوا شكل الدولفين لهيونداي  
وشكل النمر لكيا  
وده فكر تسويقي ممتاز  
ويسمي براندنج - او صناعة الصورة الذهنية  
-  
وبعدين حبوا يخشوا في منطقة الفخامة  
وده في التسويق اسمه سيجمنتاشن  
او تقسيم السوق لشرايح  
فعملوا نماذج فخمة تحاكي مرسيدس اس كلاس  
-  
لكنها فشلت في اقناع الناس  
وده طبيعي نتيجة لوجود حاجة في التسويق اسمها بوزيشننج  
او ان العميل بيحط كل ماركة في مكان معين في عقله  
فلما بتقول كيا او هيونداي  
بتستحضر للذهن السيّارات الرخيصة  
او هكذا كانت يعني  
-  
ولان العلامات التجارية دي ارتبطت بالسيارات الرخيصة  
فبقي مش مقنع انك تقدم سيارة لاكشري  
او فخامة يعني تحت شعار هيونداي او كيا المتواضع - نسبيا  
-  
فعملوا علامة جديدة اسمها جينيسس  
حاجة كده زي ما تويوتا عاملة ليكزس  
وده فكر تسويقي ممتاز بردو  
-  
اعتقد ان اللي بتعمله كوريا الجنوبية ككل  
هو نموذج يستحق الاشادة  
بل والدراسة  
[#الأمّة\_الكوريّة](https://www.facebook.com/hashtag/الأمّة_الكوريّة?source=feed_text)