

Brändi arhetüüpsus

Kasuta otsisõnu nagu “brand archetypes”, “archetypal branding” , loe v vaata audiovisuaalset materjali ja saa aru 😊

ning anna hinnang järgmiste brändide võimaliku arhetüübi osas (milline arhetüüp on kohaldatav):

- Mesikäpp (Kalev)
 - The Jester („If I can’t dance, I don’t want to be part of your revolution”)
 - Mänguline, lõbus, traditsiooniline ja kutsuv.
- Nudist
 - The Jester („If I can’t dance, I don’t want to be part of your revolution”)
 - Uuenduslik, lõbus, usaldusväärne ja huvi äratav.
- Bolt
 - The Creator („If it can be imagined, it can be created”)
 - Usaldusväärne, arenemisvõimeline, visionäärid.
- Tartu Ülikool
 - The Sage („The Truth will set you free”)
 - Põhineb teadmistel, tõe leidmine, teadmiste edasiandmine.
- Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor
 - The Sage („The Truth will set you free”)
 - Põhineb teadmistel, tõe leidmine, teadmiste edasiandmine.
- Limpa (A Le Coq)
 - The Jester („If I can’t dance, I don’t want to be part of your revolution”)
 - Lõbus, tähelepanu püüdev, lastesõbralik.
- Aqua SPA
 - The Lover („I only have eyes for you”)
 - The Innocent („Free to be you and me”)
 - Mõnus, lõõgastav, vabastav, rekreatsioon.
- Pipedrive
 - The Magician („Anything can happen!”)
 - The Creator („If it can be imagined, it can be created”)
 - Usaldusväärne, uuenduslik, energiline, salapärane.