

मॉड्यूल 2 ब्रांडिंग की समझ

ब्रांडिंग किसी उत्पाद या सेवा को ऐसी पहचान देना है जिससे लोग उसे आसानी से पहचानें और उस पर भरोसा करें। ब्रांडिंग केवल नाम या लोगों नहीं है, बल्कि यह ग्राहकों के मन में बनी छवि (Image) है।



विश्वास का प्रतीक

अमूल, पतंजलि, टाटा, मैगी - ये सिर्फ नाम नहीं, एक विश्वास का प्रतीक हैं।



पहचान और छवि

ब्रांडिंग ग्राहकों के मन में एक स्थायी और सकारात्मक छवि बनाती है।



भावनात्मक जुड़ाव

अच्छी ब्रांडिंग ग्राहकों के साथ गहरा भावनात्मक संबंध स्थापित करती है।



मॉड्यूल 2 ब्रांडिंग की समझ

ब्रांडिंग क्यों जरूरी है?

- ग्राहक के मन में विश्वास बनता है
- बाजार में पहचान बढ़ती है
- उत्पाद की बिक्री और मूल्य दोनों बढ़ते हैं
- नए उत्पादों के लिए सहज स्वीकृति मिलती है
- प्रतियोगिता में अलग पहचान मिलती है



ब्रांडिंग के मुख्य तत्व

एक सफल ब्रांड बनाने के लिए निम्नलिखित पांच मुख्य तत्वों पर ध्यान देना आवश्यक है:

01

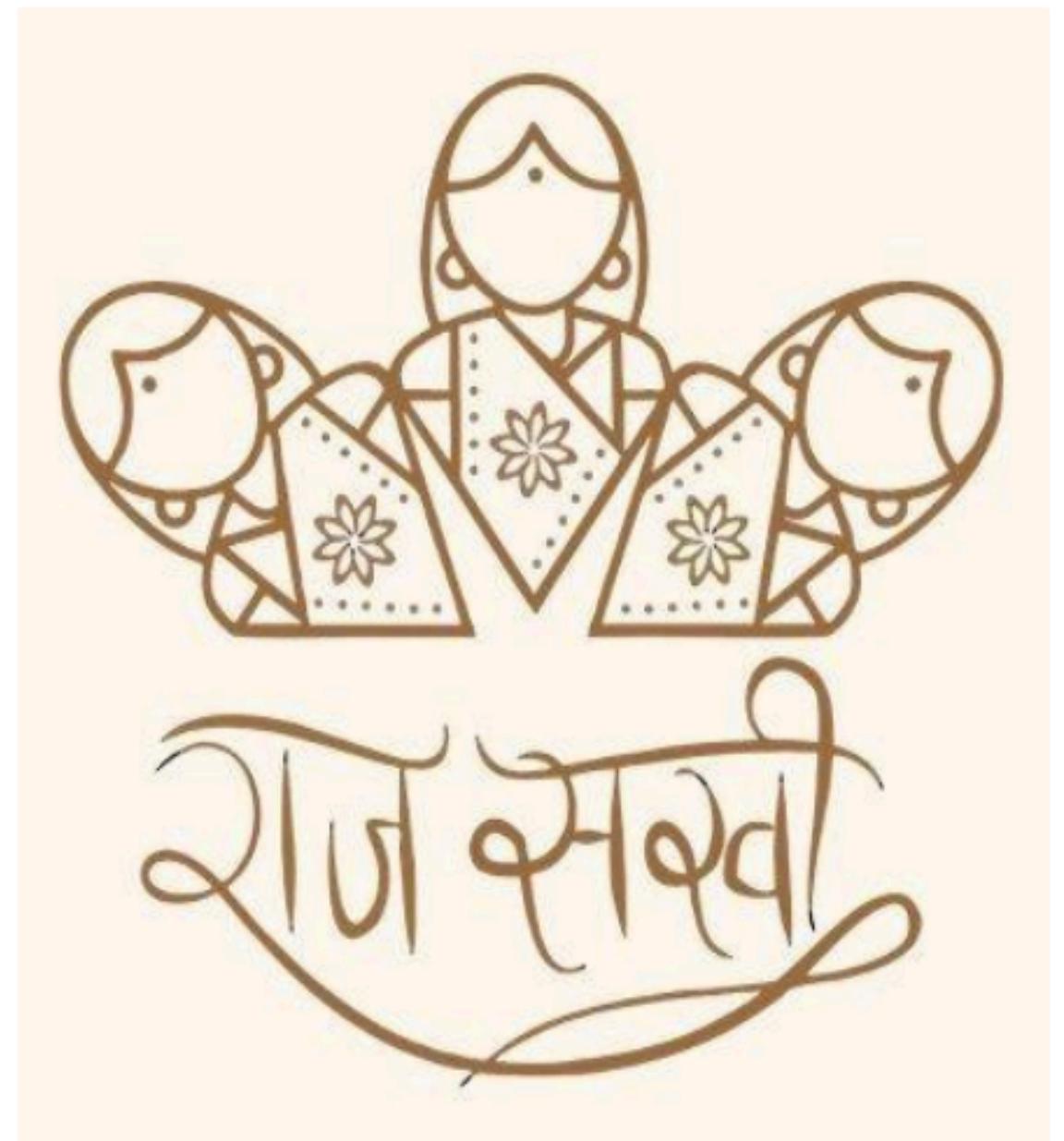
प्रोडक्ट का नाम (Product Name)

उत्पाद का नाम यादगार, सरल और अर्थपूर्ण होना चाहिए। जैसे - राज सखी, पारले जी, डाकर, मिट्टी का स्वाद मसाले आदि।

02

लोगो (Logo)

लोगो एक दृश्य पहचान है जो ब्रांड की छवि दिखाता है। इसमें रंग, प्रतीक और डिजाइन का ध्यान रखा जाता है। उदाहरण: नीला रंग = विश्वास, हरा = प्राकृतिक उत्पाद।



डिजिटल मार्केटिंग क्या है

डिजिटल मार्केटिंग

डिजिटल मार्केटिंग इंटरनेट और डिजिटल उपकरणों (मोबाइल, कंप्यूटर, सोशल मीडिया) के माध्यम से उत्पाद या सेवा का प्रचार करने की आधुनिक विधि है।



सोशल मीडिया मार्केटिंग

Facebook, Instagram, WhatsApp जैसे प्लेटफॉर्म्स पर उत्पादों का प्रचार



ईमेल मार्केटिंग

सीधे ग्राहकों के इनबॉक्स में प्रचार संदेश



ब्रांडिंग के मुख्य तत्व

03

टैगलाइन (Tagline)

छोटा और प्रभावशाली वाक्य जो ब्रांड का संदेश बताता है। जैसे - "शुद्ध स्वाद, घर का प्यार"।

04

पैकेजिंग (Packaging)

पैकेजिंग न केवल सुरक्षा के लिए होती है बल्कि ग्राहकों को आकर्षित करने का माध्यम भी है। रंग, आकार, लेबलिंग और जानकारी साफ होनी चाहिए।

05

ब्रांड रंग (Brand Colors)

एक समान रंगों का प्रयोग ब्रांड की पहचान मजबूत करता है। जैसे लाल रंग = जोश, पीला = सकारात्मकता।

अमूल

"द टेस्ट ऑफ इंडिया" - स्थानीय दूध उत्पादों को राष्ट्रीय पहचान दी

पतंजलि

देसी और आयर्वेदिक छवि के साथ बाजार में स्थान बनाया

ब्रांडिंग प्रक्रिया के चरण



उत्पाद की समझ

क्या बनाते हैं, किसके लिए बनाते हैं - इसकी स्पष्ट समझ विकसित करें



लक्षित ग्राहक

कौन खरीदेगा (गांव, शहर, महिलाएं, युवा) - अपने टारगेट ऑडियंस को पहचानें



नाम तय करना

सरल, स्थानीय और अर्थपूर्ण नाम चुनना जो याद रहे



लोगो डिजाइन

रंग, चित्र, प्रतीक के साथ एक सटीक और आकर्षक लोगो बनाना



पैकेजिंग डिजाइन

आकर्षक, सुरक्षित और जानकारीपूर्ण पैकिंग तैयार करना



प्रचार (Promotion)

सोशल मीडिया, पोस्टर, स्थानीय बाजारों में प्रचार करना

