

## MARKA ANALİZİ NELERİ İÇERİR ?

Bir ürünü veya hizmeti rakiplere göre daha kârlı satmak için, hatta bir fikri muhtemel alıcılara inandırmak için marka olmak gerekir! Marka olmak için "Marka Analizi" yaptırıp sistematik çalışmalar ile markanızını geliştirmeniz gerektirir.

### **Marka, ürününüzü, hizmetinizi veya fikrînizi diğerlerinden ayırt eden işarettir!**

Genel anlamda marka bir isim veya logo olarak biliniyorken aslında marka isim ve logodan öte, kompleks, değerli ve korunması gereken entelektüel sermayedir. Marka, bir ürünün geçmiş ve geleceğidir. Bir işletme, rekabet için gösterdiği tüm çabaları bir marka ile müşterisine sunar ve arzu ettiği kazanca ulaşır. Dolayısı ile Marka, bir işletmenin belki de en değerli varlığıdır. İşletmeler, aslında gelişirken markalarını da geliştirirler ve böyle büyürler.

Güçlü ve kazançlı markalar oluşturmak için şirketlerin rekabet stratejisinden pazarlama faaliyetlerine, inovasyon faaliyetlerinden fikrî mülkiyet korumalarına kadar tüm faaliyetlerin bir biri ile uyumlu ve hedef odaklı sistematik çalışmaları gerektirir. İşte bunun için markanın analiz edilmesi gerekir.

### **MARKA ANALİZİ ile şu tip operasyonlar ve katma değerler elde dileyebilir;**

#### **1) Markanız ne kadar meşhur veya markanın meşhur olması mümkün mü?**

Markanız uzun yıllardır piyasada ise ve biliniyor ise "Meşhur Marka" olabilir. Meşhur markaların itibarı daha yüksektir ve kanunlar nezninde daha iyi korunurlar.

#### **2) Markanızın parasal bir değeri var mı?**

Her markanın bir parasal değeri vardır. Güçlü ve tanınırlığı yüksek markaların parasal değeri daha yüksektir. Bu değer şirket bilançolarına girebilir, halka açılma operasyonlarında, miras paylaşımında veya şirket birleşmelerinde pozitif güç olarak kullanılabilir.

#### **3) Markanız yatırım yapmaya değer mi? Markanızı geliştirmek için ne yapmalısınız?**

Kimi markalar ilk ortaya çıktıklarında çok dikkatli seçilmişlerdir ve çok az müdahaleler ile markadan yüksek katma değer elde edilmesi sağlanabilir. Kimileri ise revizyon edilmesi gereklidir veya markanın yeniden oluşturulması gereklidir. Büyüme operasyonlarda bu önemlidir.

#### **4) Marka, fikrî mülkiyet açısından yeterli korumaya sahip mi?**

Güçlü ve değerli markalar kanunen de sıkı korunmalıdır. Fikrî mülkiyet olarak koruması zayıf olan markaların gelişmesi zordur veya mümkün değildir.