

BrandCheck Nedir, Ne İşe Yarar?

Türkiye’de her yıl 170.000 civarında marka tescil başvurusu yapılıyor. Bunu bir ihracatçı gözünde düşünürsek hedef pazarlar olabilecek Avrupa, Amerika, Avrasya ve Ortadoğu bölgesinde ortalama olarak 1.000.000 adetten fazla yeni marka başvurusu demektir. Bir de buna piyasada bilinçli veya bilinçsiz tescilsiz markaları da katarsak marka ile satış yapmanın zorluğu görülecektir. Kuşkusuz markasız satış yapmak daha riskli ve belirsizlik içerir. Günümüzde markalaşma sadece bir tercih değil, şirketlerin sürdürülebilirliği ve rekabetçiliği açısından bir zorunluluktur. Ancak bir markanın tescilli olması, onun yeterince korunduğu ve değer kazandığı anlamına gelmez. BrandCheck, bu ihtiyaca cevap veren ve markaları hem hukuki hem de ticari açıdan güçlendiren yenilikçi bir marka geliştirme programıdır.

BrandCheck Nedir?

BrandCheck; markaların marka-ürün eşleştirmesini, fikrî mülkiyet korumasını, finansal değer analizini ve meşhur marka potansiyelini bütüncül şekilde ele alarak onların güçlendirilmesini sağlayan bir danışmanlık ve analiz programıdır. Bu program, yalnızca bir raporlama aracı değil, aynı zamanda bir strateji geliştirme kılavuzudur.

Neden BrandCheck?

Firmalar ürün ve hizmetlerini piyasaya bir marka aracılığıyla sunar. Ancak bu markanın sadece tescil edilmiş olması onu korumaz. Marka taklit edilebilir, farklı ülkelerde başkası adına tescil edilebilir ya da zaman içinde kullanılmaz hale gelerek iptal riskiyle karşılaşabilir. Ayrıca marka, potansiyel değerini oluşturmak ve yatırım aracı haline gelmek için stratejik olarak yönetilmelidir. BrandCheck bu noktada devreye girer.

BrandCheck’in Analiz Ettiği Dört Ana Başlık

1. Marka ve Ürün Eşleştirmesi

Markanın isim, logo ve sloganının ürüne, hedef kitleye ve pazara uygunluğu analiz edilir. Markanın kelime olarak incelenmesini, hedef kitle gözünde analizi ne markalaşma açısından değerlendirmesini yapar. Gerekirse markanın pazarlama açısından yeniden yapılandırılması önerilir.

2. Fikrî Mülkiyet Koruması

Markanın Türkiye’de ve ihracat yapılan ülkelerde tescil durumu, benzer markalarla ilişkisi, tescilin kapsamı ve etkinliği incelenir. Bu kapsamda markanın varsa benzerlerinin engellenmesi, itiraz ve hukuk operasyonlar konusunda strateji önerir. Gerekirse güçlendirme stratejileri sunulur.

3. Finansal Değerleme

Markanın finansal değer üretip üretmediği, bilançolara girme, lisanslama, devir gibi işlemlere uygunluğu analiz edilir. Gelir, maliyet ve pazar temelli yöntemlerle değerlendirme yapılabilir.

4. Meşhur Marka Geliştirme

Markanın yerel ya da global düzeyde meşhur marka olabilmesi için taşıdığı potansiyel incelenir ve hukuki/ticari gelişim planı sunulur. Bu, markaya özel bir statü kazandırır ve taklit edilmesini daha zor hale getirir.

Marka Skoru ve Brand-MR Raporu

BrandCheck süreci, markanın temel bilgilerine dayalı olarak ücretsiz bir Marka Skoru ile başlar. Bu skor, markanın genel sağlık durumu hakkında ilk fikir verir. Ancak yatırım yapılacak markalar için detaylı bir Brand-MR raporu alınması önerilir. Brand-MR, bir marka uzmanı tarafından hazırlanmış, markanın detaylı analizini ve önerilerini içeren kapsamlı bir sağlık raporudur. Bu rapor ile markanın pazarlama, fikrî mülkiyet, finansal değer ve meşhur marka olarak Analiz edilmesini, varsa eksikliklerin ve geliştirilmesi gereken yerlerin tespit edilmesini sağlayan bir marka sağlık raporudur.

Strateji ve Operasyonel Destek

BrandCheck sadece bir analiz değil, aynı zamanda uygulama rehberidir. Rapordan sonra, markanın revizyonu, yurtdışı tescil işlemleri, finansal değerlendirme için raporlama, alan adı ve sosyal medya yönetimi gibi konularda profesyonel destek sağlanır.



Sonuç

Marka, bir şirketin görünmeyen ama en değerli varlıklarından biridir. Sadece güzel bir isimle değil, stratejik yönetimle büyür. BrandCheck, markanızın zayıf ve güçlü yönlerini ortaya çıkarır, onu daha rekabetçi ve değerli hale getirmek için size yol gösterir. Unutmayın, global ticaret bir savaştır. Peki markanız savaşa hazır mı?

İşte brandcheck, Türkiye'deki markaların global arenaya çıkabilmesi için, karşılarına çıkabilecek problemlerin tespit edilmesi ve engellenmesini sağlayan, markalardan daha kârlı ve yüksek cirolar elde edilmesini sağlayan bir marka geliştirme program olarak varlığını sürdürmektedir.