

نقش استراتژیک نام تجاری در بازارهای صنعتی

مریم بابادی عکاشه^۱، ابوالقاسم ابراهیمی^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه شیراز

۲- دانشیار بخش مدیریت دانشگاه شیراز

چکیده

نام تجاری یکی از با ارزش ترین دارایی های نامشهود هر شرکتی می باشد. در واقع اغلب نام تجاری، دلیل وجود برخی از کسب و کارها می باشد. شرکت ها می توانند با مدیریت نام تجاری به سهم بیشتر بازار و کسب درآمد بیشتر دست یابند. عرضه کنندگان برای حفظ و بهبود جایگاه خود در برابر رقبا باید به اهمیت نام تجاری پی ببرند. در بازارهای صنعتی مشکلات زیادی برای برای بدست آوردن مزیت رقابتی پایدار بر اساس کیفیت یا قیمت وجود دارد، زیرا تمایز از طریق کیفیت و قیمت به سرعت از سمت رقبا قابل تقلید می باشد. ارتقای ارزش نام تجاری به عنوان یک مزیت رقابتی پایدار، متمایز و غیر قابل تقلید مطرح می باشد. کسب مزیت رقابتی از طریق نام تجاری، می تواند منجر به موفقیت شرکت ها شود. برندسازی، استراتژی بسیار کاربردی برای متمایز شدن و بدست آوردن بازار محصولات و خدمات است بنابراین شناخت نقش استراتژیک نام تجاری در بازارهای صنعتی موضوعی با اهمیت در اجرای استراتژی های بازاریابی به شمار می آید، که در این مقاله به بررسی آن می پردازیم.

کلمات کلیدی: نام تجاری، بازارهای صنعتی، رفتار شهروندی نام تجاری، ارزش ویژه نام تجاری