



## سخن سردیر

روز جهان و انتخاب بهترین مقالات، مطالعه ای موردی، تحلیلی، و کاربردی و با توجه به نیاز و علاقه مخاطبان آکادمیک و حرفه ای، اولین مجموعه تخصصی در زمینه برند را به تمام علاقمندان تقدیم می‌کند. امید است تا با ارائه نظرات و پیشنهادات خود، یاریگرمان باشید.

با تأکید بر بهبود جایگاه هر برند در زندگی مشتریان و سرانجام ارزیابی وضعیت برندها در بلندمدت، همگی در زمره فعالیت های اصلی مدیران ارشد سازمان‌ها تعریف می‌شوند. از این روی، توجه و پشتیبانی از این دارایی نامشهود سازمانی، عزم راسخ همه مدیران و کارکنان را می‌طلبد.

این فصل نامه که با همت دبیرخانه دائمی کنفرانس برند تهیه شده است، تلاش می‌کند تا با معرفی مفاهیم و راه کارهای عملی در مدیریت برند، در جهت فرهنگ‌سازی، ارائه چارچوب‌های استاندارد، و تلاش در راستای تقویت و ترغیب محققان و مدیران و متخصصان امر گام بردارد. این گروه همگام با تحولات در عرصه صنایع و بازارهای جهانی، با گردآوری و ترجمه مطالب

دیر زمانی نیست که واژه برند و مفهوم مدیریت برند در کشورمان، بر سر زبان‌ها افتاده است. برند، موجودیت پیچیده ای است که با تشریح شخصیت، ویژگی‌ها و ارزش‌های یک محصول یا خدمت با هدف ایجاد تمایز در برداشت و نگرش‌های مردم و تقویت رابطه تنگاتنگ میان محصول و مصرف کننده، معرفی و تقویت می‌شود.

در محیط رقابتی و پرتحول بازار امروز، ارزش ویژه برند و فعالیت‌ها و مفاهیم مرتبط با آن، پیش نیاز فعالیت در عرصه بازارها است. با توجه به ابعاد و تبعات بلندمدت این بحث، انتخاب نامی مناسب و شایسته، طراحی و توسعه عناصر برند به شیوه ای مطلوب، کارا و تأثیرگذار بر مخاطبان، مدیریت دارایی‌ها و سبب برندهای سازمان