



## БРАНДИНГ В СФЕРАТА НА ДИГИТАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

# Deerp.

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## БРАНДИНГ В СФЕРАТА НА ДИГИТАЛНОТО ПРЕДПРИЕМАЧЕСТВО

### Урок 1 Основи на брендинга

- Брандинг VS Позициониране
- Дигитален брандинг VS Дигитален маркетинг
- 5 основни правила за успешен брандинг на start-up

### Урок 2 Дигитален брандинг за start- up предприятия: Как да започнем?

- Позиционирайте своя start-up бизнес: формулата “for-who-is a that-unlike”
- Разграничете се
- Внимателно изберете името
- Оформете външния вид на марката

### Урок 3 Стартирай собствена стратегия за start-up брандинг: разкажете вашата история

- Разкажете вашата история
- Лозунг VS Слоган
- Споделяйте историята на вашия бранд

### Урок 4 Развийте своята бранд стратегия

- Важни дигитални умения, за да развиете марката на своя start-up
- Най-големите предизвикателства

### Урок 5 Казуси: Uber and Airbnb

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 1: Основи на брандинга

#### Брандинг VS Позициониране

**Стратегическият бранд мениджмънт, или брандинг**, е първата стъпка, която бизнеса трябва да предприеме, ако иска да бъде разпознаваем. Това е **продължителен процес на управление**, който спомага **създаването** на марка, **подготвя** я и я **поддържа** на пазара.



Твоят start-up е твоя идея, ти знаеш всичко за него! **Позиционирането**, като основна част на брандинга, включва познаването на:

- Вашия бизнес
- целевия пазар
- това, което отличава вашия бизнес от конкуренцията

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 1: Основи на брандинга

#### Дигитален брандинг VS Дигитален маркетинг

Създаването на стартиращо предприятие ще изисква от вас да станете маркетинг експерт! За да направите това, трябва да знаете някои основни неща. **Маркетингът** е набор от дейности и стратегии, които вашият start-up ще трябва да предприеме, за да популяризира своята услуга или продукт.

ДИГИТАЛЕН  
БРАНДИНГ

Как **проектирате** и **изграждате** вашата марка онлайн, **като използвате цифрови инструменти** (уебсайтове, приложения, социални медии, видеоклипове).



ДИГИТАЛЕН  
МАРКЕТИНГ

Разработване на **маркетингови стратегии**, целящи да популяризират вашия продукт / услуга **чрез цифрови канали**.

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 1: Основи на брандинга

#### Основни правила за успешен брандинг на start-up



**АНАЛИЗ НА ПАЗАРА** Кои сте вие и какво се опитвате да постигнете? Трябва напълно да познавате и разбирате целевия пазар, както и: кои са клиентите, какви интереси имат, от какво имат нужда, какво обичат да правят. Ето няколко [примерни инструменти за провеждане на вашето целево проучване](#).



**КОНКУРЕНТНО ПРЕДИМСТВО** С какво се различавате от другите? Винаги трябва да изучавате конкуренцията и да се учите от техния брандинг. Вижте как комуникират те, как си взаимодействат с тяхната публика. Ако го направите, ще намерите начин да изпъкнете.



**ПИСЛАНИЕТО НА МАРКАТА** Каква е вашата основна идея? Трябва да имате ясна идея за вашите първоначални ценности и мисия. Всъщност това е същинското начало на вашия брандинг. Научете повече за него в Тема 3 – Разкажете своята история.

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 1: Основи на брандинга

#### Основни правила за успешен брандинг на start-up



**ВИЗУАЛНА И СЛОВЕСНА ИДЕНТИЧНОСТ** Как искаш да бъдеш разпознаван?

Трябва да имате пленителен имидж и език. Трябва да имате страхотно лого/символ, добро име, закачлив лозунг. Ако не сте дизайнер, тогава се доверете на професионалисти, които да направят бизнесът ви да изглежда професионално.



**ОНЛАЙН ПРИСЪСТВИЕ** Къде искаш да те забележат?

Трябва да използваш правилните дигитални канали и инструменти (напр. уебсайт, социални медии, SEO), за да потвърдите вашата дигитална идентичност. [Научете повече за това в Тема 4 – Развийте своята брандинг стратегия.](#)



**УПРАВЛЕНСКИ ПРАКТИКИ** Как ще го направите?

Трябва да имате конкретен бизнес план, в който можете да определите всички свои практики за управление. Следвайте плана, за да може всичко да проработи по най-добрия възможен начин.

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 1: Дигитален брандинг за start-up предприятия: Как да започнем?

Позиционирай своя start-up: формулата “for-who-is a that-unlike”

Позиционирането е кратко изложение, описващо:

- продукт или услуга
- целевия пазар
- как продуктът / услугата ще отговори на нуждите на целевия пазар.

Стойностното предложение трябва да бъде ясно, просто и кратко.

#### ФОРМУЛАТА

**For/За** <вашия целеви пазар> **who/който** <нуждите на целевия пазар> <Вашата марка> **is a/e**  
<категория продукт или услуга> **That/ Това** <основната полза на вашия продукт>. **Unlike/ За**  
**разлика от** <какви конкурентни алтернативи предлага вашата марка>, <Вашата марка> <каква  
е основната диференциация на вашата марка>.



## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 1: Дигитален брандинг за start-up предприятия: Как да започнем?

Позиционирай своя start-up: формулата “for-who-is a that-unlike”



#### ПРАКТИЧЕСКИ ПРИМЕР

**За/ For** потребителите на World Wide Web, **който/ who** се радват на книги, Amazon **e/ is a** търговец на дребно, **който/ that** предоставя незабавен достъп до над 1,1 милиона книги. **За разлика от/ Unlike** традиционните търговци на книги, Amazon предлага комбинация от изключително удобство, ниски цени и изчерпателен избор.



## Урок 1: Дигитален брандинг за start- up предприятия: Как да започнем?

### Разграничете се

В процеса на написване на твърдението за позициониране се идентифицира **това, което отличава продукта / услугата от най-близката конкуренция**. Всичко е свързано с тази уникалност на продукта / услугата, плюс начина, по който се правят нещата. **Трябва да се отличавате!**

Има много начини да го направите:



Пример за емоционална диференциация на марката.

- предлагайте опит
- разказвайте истории
- определете основните бизнес ценности
- бъдете изключителни
- определете целите си
- предлагайте решения
- бъдете в крак с иновациите
- създавайте силни връзки
- предлагайте менторство

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

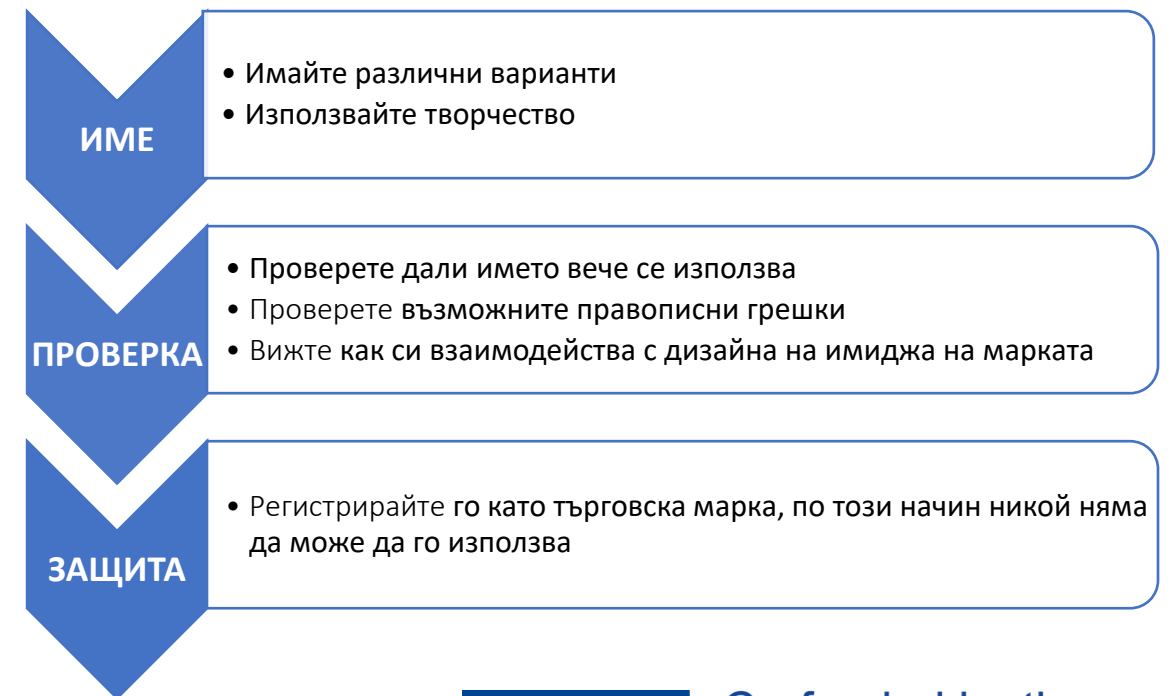
### Урок 1: Дигитален брандинг за start- up предприятия: Как да започнем?

#### Внимателно изберете името

Изборът на добро име може да бъде творческо предизвикателство. Във всеки случай има някои **насоки, които трябва да се следват.**

При избора на име е възможно да избирате между:

- ① името на основателя на бизнеса
- ② дейността на компанията
- ③ преживяване или изображение
- ④ думи, извън от контекста
- ⑤ нова дума



## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 1: Дигитален брандинг за start- up предприятия: Как да започнем?

#### Оформете външния вид на марката

Брандингът не се отнася само до имиджа, но със сигурност е жизненоважен аспект. Както се казва: външният вид има значение! **Визуалният дизайн** е много важен, тъй като той създава послание. Елементи като **логото**, **цветовете**, **шрифтовете** и **типографията** определят идентичността на марката. Ако дизайнът не е сред вашите умения, трябва да потърсите професионална помощ.



#### 5 ИНСТРУМЕНТА ЗА ДИЗАЙН НА ЛОГО

# [Adobe Ilustrador](#) # [Tailorbrands](#) # [Logomaker](#)  
# [Logo Design Studio Pro](#) # [Canva](#)

Тези опции включват безплатни версии, за да можете да ги разучите. Когато се чувствате комфортно, изберете премиум версията, тъй като те включват професионални функции.

Във всеки случай, потърсете опции, които по-добре отговарят на вашата цел.

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 3: Стартирай собствена стратегия за start-up брандинг: разкажете вашата история

#### Разкажете вашата история

**Brand storytelling** е добра маркетингова стратегия. Разказването на историята на дадена марка е добър начин тя да бъде разграничена от другите на брандове на пазара. За да разкажете историята на вашата марка, може да използвате тези **ключови въпроси**:

- ① Кои сме ние?
- ② Какво правим?
- ③ Защо го правим?
- ④ Как го правим?
- ⑤ Накъде сме се насочили?



Силата на думите

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 3: Стартирай собствена стратегия за start-up брандинг: разкажете вашата история

Разкажете вашата история

*Хората не купуват от компании. Те купуват от хора. Намерете своя уникален глас. (Мишел Унтър)*



These three elements are essential when creating and telling a clear, simple and straightforward story.

Създайте **brand persona**, която може да бъде човек, персонаж, талисман или дори идея. След това историята може да бъде изградена около тази persona;

Обърнете внимание на „гласа“ на **марката**, сумата от характеристики, които, когато са заедно, представят марката (например вашият positioning statement).

добре **структуриран визуален език**, който включва не само логото на марката, но и други елементи на дизайна (например цветовете, шрифтовете, илюстрации, фотография, видеоклипове).



## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 3: Стартирай собствена стратегия за start-up брандинг: разкажете вашата история

#### Лозунг VS Слоган

Създавате история, за да се свържете с целевата си аудитория, но когато става въпрос **да останете в съзнанието** на клиентите си, трябва да създадете лозунг и слоган.

#### Лозунг



Think different.™

#### Слоган

**MacBook Pro:** "A touch of genius."

**AirPods:** "Wireless. Effortless. Magical."

**iPad:** "Like a Computer. Unlike any computer."

Лесно е да се види разликата. Вашият стартиращ слоган е кратко изречение, което определя вашата марка. Слоганът може да бъде създаден, когато искате да рекламирате конкретен продукт или услуга.



## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 3: Стартирай собствена стратегия за start-up брандинг: разкажете вашата история

#### Лозунг VS Слоган

На този етап вие вече знаете всичко за същността на вашата стартираща марка: вашите цели, мисия и визия, вашата целева аудитория, вашето обещание и др. Сега е време да започнете да създавате своя слоган.

#### Творчески процес

- 1 Помислете и потърсете други примери за слогани.
- 2 За да дефинирате свой слоган, отговорете в няколко изречения на следните въпроси: Кой сте вие, какво правите, кой е целевия пазар и как работите
- 3 Съкратете текста в едно изречение (280 думи, колкото един пост в Twitter).
- 4 Направете изречението по-кратко или се опитайте да съкратите до израз (не повече от пет думи).
- 5 Тествайте слогана и проверете за прилики със слогани на други марки.
- 6 Съчетайте слогана с логото, за да проверите дали си подхождат

#### Алтернативен процес

Ако творческият процес се забави, **използвайте някой от онлайн таг генераторите**. Това може да е добро упражнение за визуализиране и комбиниране на думи, от които по-късно да изберете своя слоган:

- [Zyro](#)
- [Design Hill](#)
- [Within the Flow](#)
- [GetSocio](#)
- [Shopify](#)

Тези инструменти също така предоставят възможност за създаване на лого и история.



## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 3: Стартирай собствена стратегия за start-up брандинг: разкажете вашата история

#### Споделяйте историята на вашата марка

Има много възможности, когато става въпрос за споделяне на история на марка. Ключът е да изберете този, който работи най-добре за бизнеса, и такъв, който е в съответствие с **брандинг стратегията и наличните ресурси**.

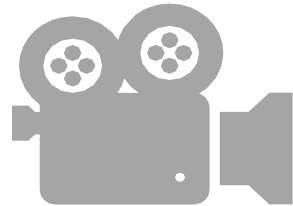


Статии

Електронни  
книги

Казуси

Бели книги



Видеоклипове

Графики на  
движение

Обяснителни  
видеоклипове

Анимационни  
видеоклипове



Интерактивна  
инфографика

Микро съдържание

Визуализация на  
данни

Обикновена  
инфографика

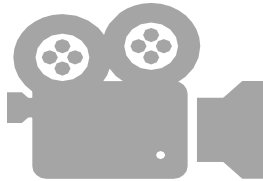


## Урок 3: Стартирай собствена стратегия за start-up брандинг: разкажете вашата история

### Споделяйте историята на вашата марка



Използването на онлайн статии или бели книги за споделяне на историята на марката изисква тя да бъде мотивираща и убедителна. Може да публикувате историята в уебсайта на предприятието или в страниците ви в социалните медии. Използването на онлайн инструменти като [ISSUU](#) помага за създаването на професионални дигитални брошури.



Видеоклиповете винаги са най-добрият вариант за споделяне на история, но понякога направата на видео може да се окаже сложен процес. Ако целта е да се подобрят цифровите умения, тогава може да се използва [Open Short Video Editor](#). Независимо от това, съществуват и онлайн шаблони за създаване на видеа, като [Vimeo](#), но те носят и рискът някой друг да използва същия модел/шаблон като вас.



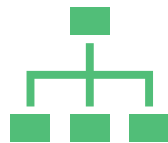
Има и възможност за изграждане на времева линия, която да разкаже историята и да я представи под формата на инфографика. Инструменти като [Canva](#), [Picktochart](#), [DesignCap](#), [Visme](#), [Google Charts](#), [Infogram](#) и [Mind the Graph](#) предлагат разнообразни решения за представяне на информация.

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 4: Развийте своята брандинг стратегия

#### Важни дигитални умения, за да развиете марката на своя start-up

От процесите за управление, брандингът изисква най-голям набор от основни умения, които ви карат да използвате дигитални устройства и инструменти, да боравите с информация, като създавате, редактирате и съобщавате жизненоважен аспект. Не може всичко да бъде фокусирано върху един човек. Необходим е екип, обединяващ следните умения:



#### Дигитално управление на проекти

Това е универсално умение. Освен овладяването на основите процесите за управление на проекти (планиране, изпълнение, мониторинг и приключване), важно е да знаете и някои **методи за дигитално управление** като [Agile](#) и [Scrum](#).

**Agile** използва интерактивно или поетапно планиране, както и непрекъснатата интеграция през целия живот на проекта.

**Scrum** предлага принципи и процеси за подобрене на доставката.

Знанието как ефективно да управлявате проекти е както навременно, така и рентабилно. Имайте предвид, че тези методи за управление отнемат време за научаване. Трябва да инвестирате в сертифицирани обучения.

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 4: Развийте своята брандинг стратегия

Важни дигитални умения, за да развиете марката на своя start-up



#### Дигитален маркетинг

Това е доста търсено умение. Включва познаване на маркетингови и комуникационни стратегии, плюс овладяване на инструменти и платформи, които ще помогнат за поддържането на марката онлайн.

Дигиталният маркетинг е практическото приложение на **маркетингови и комуникационни стратегии** за популяризиране на продукти или услуги, използващи дигитални канали като уебсайтове, блогове, социални мрежи, мобилни приложения.



## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 4: Развийте своята брандинг стратегия

Важни дигитални умения, за да развиете марката на своя start-up



#### Дигитален маркетинг

**Search Engine Optimisation/ Оптимизация за търсачки (SEO)** Трябва клиентите ви да ви намерят!

SEO се състои от набор от стратегии и техники за оптимизиране на уебсайтове или блогове, така че да могат лесно да се четат от търсачките като Google, Bing или DuckDuckGo. Може да се научите и сами да работите със SEO, но има и няколко безплатни онлайн курса. Започнете със [SEO Learning Center](#) на Moz или с [Google's SEO Starter Guide](#).

**Социални мрежи** Не само за забавление!

Всички използват социални мрежи, всички клиенти и купувачи имат профили във Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube, Google+, Snapchat, Pinterest.

Трябва да овладеете уменията за създаване на професионални акаунти, за да продавате не само продукти или услуги, но и да се ангажирате с целевия си пазар.

Това са добри инструменти за създаване на съдържание, за неговото разширяване или пък допълнение към други стратегии (например блогове, видеоклипове).

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 4: Развийте своята брандинг стратегия

Важни дигитални умения, за да развиете марката на своя start-up



#### Дигитален маркетинг

**Имейлът** - лично и пряко взаимодействие!

Маркетингът на продукти по електронна поща позволява на компанията да комуникира със своята аудитория чрез имейл. Звучи остаряло, но маркетингът/рекламирането чрез електронна поща все още е много полезен инструмент, особено за стартиращи фирми, тъй като това е една от най-рентабилните маркетингови стратегии. **Автоматизацията на вашата комуникация** ще ви позволи да програмирате своите имейли и съобщения по съответния начин. Започнете с [MailChimp](#)!

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 4: Развийте своята брандинг стратегия

Важни дигитални умения, за да развиете марката на своя start-up



#### Дигитален анализ на бизнеса

„Ако не можете да го измерите, не можете да го управлявате.“ (Питър Дракър)

Важно е да знаете какви данни да събирате, за да продължите да подобрявате бизнес резултата. Например, **платформите за социални медии** имат инструменти, които позволяват на стартиращите компании да проследяват публикации и страници. Тези инструменти могат да предоставят жизненоважна информация за демографски данни, свързани с аудиторията на компанията. Разбирането на публиката ще позволи на предприемачите да направят добър избор за своя бизнес.

Name	Type	Size	Availability	Date Created	Sharing
Buy Area Students	Segment Audience	204,000,000	Ready	04/11/2016 12:30	--
Buy Area Workers	Segment Audience	2,850,000	Ready	04/11/2016 12:30	--
Lookalike (US, 1% to 2%) - 30Days	Lookalike	--	Ready	04/11/2016 12:30	--
Lookalike (US, 2% to 5%) - 30Days	Lookalike	--	Ready	04/11/2016 12:30	--
Lookalike (US, 1% to 2%) - 30Days	Lookalike	--	Ready	04/11/2016 12:30	--
30 Day Return Users	Custom Audience	2,850,000	Ready	04/05/2016 12:30	--
Buy Area Students	Lookalike	204,000,000	Ready	04/11/2016 12:30	--
Buy Area Workers	Segment Audience	2,850,000	Ready	04/11/2016 12:30	--
Lookalike (US, 1% to 2%) - 30Days	Lookalike	--	Ready	04/11/2016 12:30	--
Lookalike (US, 2% to 5%) - 30Days	Lookalike	2,850,000	Ready	04/11/2016 12:30	--
Lookalike (US, 1% to 2%) - 30Days	Lookalike	--	Ready	04/11/2016 12:30	--
30 Day Return Users	Custom Audience	--	Ready	04/05/2016 12:30	--

#### Facebook за бизнес

- инструменти за управление на екип
- статистика и отчети
- Facebook маркетинг
- Facebook blueprint: online маркетингови курсове





## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 4: Развийте своята брандинг стратегия

Важни дигитални умения, за да развиете марката на своя start-up



Дигитален анализ на бизнеса



Google Analytics

[Google analytics](#)

- безплатен инструмент за анализ на данни
- прозрения и машинно обучение

Под ролята на **дигитален бизнес анализатор** се разбира:

- бизнес стратегически процеси
- клиентски опит
- гъвкави процеси
- ангажираност на заинтересованите страни
- стратегическо използване на данни
- общо използване на технологията
- управление на продукти

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 4: Развийте своята брандинг стратегия

Важни дигитални умения, за да развиете марката на своя start-up



#### Дигитален дизайн

Добрата бранд стратегия се нуждае от последователен дизайн. Това умение е може би най-сложното, защото изисква знания свързани с графичния дизайн. Когато нямат възможност да използват услугите на професионалист, предприемачите трябва да намерят начин да се запознаят с инструменти, които могат да им помогнат:

- web дизайн
- дизайн на целевата страница
- дизайн на приложения
- инфографичен дизайн
- дизайн на електронна поща
- банерни реклами
- дизайн на страницата в социалните мрежи
- създаване на електронни книги
- дизайн на шаблони в PowerPoint

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 4: Развийте своята брандинг стратегия

#### Най-големи предизвикателства

Брандингът засяга определени области и понякога може да се обърка с бизнес стратегия. Ето някои от предизвикателствата, които предприемачите могат да срещнат по пътя си:

ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВОТА КАТО ВЪЗМОЖНОСТИ ЗА ИЗВЛИЧАНЕ НА ПОУКИ И РАСТЕЖ	
<i>Ограничени ресурси за начало</i>	Използвайте безплатни онлайн инструменти. Има много възможности, от които можете да започнете да се учите
<i>Допълнително време, за да получите действително видими резултати</i>	Фокусирайте се върху основната работа
<i>Твърде много дигитални опции</i>	Отделете време, за да анализирате кое най-добре отговаря на вашата цел, за да отсеете опциите си
<i>Начинаещите са несигурни</i>	Използвайте личната си история и я използвайте за изграждане на вашата марка
<i>Как да започнем?</i>	Изследвайте казуси и се поучете от техния опит

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 5: Казуси: Uber и Airbnb



#### Категория

Travel & transportation – taxi companies; sharing economy

Собственик на бранда  
[Uber Technologies, Inc.](https://www.uber.com)

Основни конкуренти:  
Lyft, myTaxi

#### Определяне на мисията на компанията

... Само си представете град, където трафикът се движи плавно и тихо, дори в час пик - това е моята мечта ... Това е нашата визия за бъдещето ... Умен транспорт с по-малко автомобили и по-голям достъп." Ние се стремим да направим транспорта толкова надежден, колкото течащата вода, навсякъде и за всички. (Травис Каланик, съосновател)

Първоначален слоган: *Everyone's private driver/ Частен шофьор на всички*

Кампания за лозунг 2020: *What moves you moves us/ Каквото придвижва вас, придвижва и нас*

Визуална идентичност: <https://brand.uber.com/guide>

## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 5: Казуси: Uber и Airbnb



#### Категория

Настаняване и гостоприемство;  
икономика на споделяне

#### Собственик на марката

[Airbnb, Inc.](https://www.airbnb.com)

#### Основни конкуренти:

Booking.com, Couchsurfing,  
TripAdvisor, HomeAway

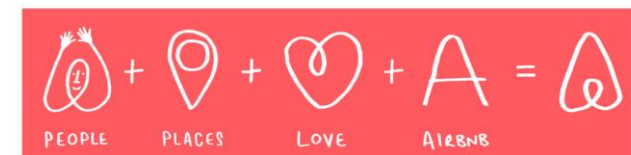
#### Определяне на мисията на компанията

*Мисията на Airbnb е да помогне да се създаде свят, в който можете да принадлежите навсякъде, и където хората могат да живеят на място, вместо просто да пътуват до него.*

**Първоначален слоган:** *Live like a local/ Живейте като местен*

**Текущ слоган:** *Belong anywhere/ Принадлежи навсякъде*

#### Визуална идентичност:



## Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество

### Урок 5: Казуси: Uber и Airbnb



Настоящият образ на Uber е изцяло фокусиран върху хората. Изображенията на уебсайта им отразяват тази близост. Съобщението им е: всеки може да използва Uber.



От Airbnb използват опыта на своите клиенти като основна история, за да оформят идентичността на марката на компанията.





**ДИГИТАЛНИ УМЕНИЯ ЗА ИЗГРАЖДАНЕ И ПОЗИЦИОНИРАНЕ НА БРАНДИНГА НА СТАРТИРАЩИ ПРЕДПРИЯТИЯ**



**Брандинг в сферата на дигиталното предприемачество**



# Deer.

**БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕТО!**

With the support of the Erasmus+ programme of the European Union. This document and its contents reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union