

# آپارتمان بی پایان؛ راه‌نما کوتاه برندسازی موفق ساختمان



520 West 28th | Zaha Hadid Architects

رشد و طراحی | برندسازی ساختمان | بهمن‌ماه ۱۴۰۲

محتوایی که خواهیم خواند:

**برندسازی ساختمان | راهنمای برندسازی موفق**

زمان مطالعه: ۸ دقیقه

## راه‌نما کوتاه برندسازی موفق ساختمان

برند آپارتمان موثر را بررسی خواهیم کرد، تا بتوانید تلاش‌های بازاریابی باکیفیت و پیوسته داشته باشید و بر ساکنان مجموعه آپارتمان تأثیر مطلوبی بگذارید.

آیا تا به حال به این فکر کرده‌اید که آپارتمان شما یک برند است؟ تسلط بر اینکه چه چیزی و چگونه باعث ایجاد یک برند آپارتمان موفق می‌شود، برای ملک شما ارزش بیشتری ایجاد خواهد کرد. در این مطلب، نحوه ایجاد یک

## چرا برندسازی آپارتمان مهم است؟

مشتری حیاتی است. مخاطبان خاص شما از این جهت منحصر به فرد هستند که به همان اندازه که به دنبال نوشیدن قهوه هستند به دنبال مکانی برای زندگی نیستند.

نیاز به جابجایی معمولاً حداکثر یک بار در سال ایجاد می‌شود. بنابراین، شما باید اطمینان حاصل کنید که هر چیزی که برند شما وعده می‌دهد، همان چیزی است که ساکنان هنگام ورود به آپارتمان دریافت می‌کنند. اگر شما قول فضای لوکس می‌دهید، آنها باید با فضای لوکس روبه‌رو شوند. برای نگهداری ساکنان و اطمینان از اینکه آنها به مدت طولانی در ساختمان شما باقی می‌مانند، این بهترین روش است.

دقیقاً مانند هر یک از برندهای مورد علاقه شما - گوگل، کوکاکولا، تویوتا، آدیداس و ... شناخت سریع امری کلیدی است. احتمالاً کمتر از یک ثانیه زمان می‌برد که هر یک از این برندها را در هر مکانی شناسایی کنید - از جمله بر روی تابلوها، بدنه وسایل نقلیه یا در یک مجله.

به یادآوردن نیز یکی از مزایای اصلی برندسازی است. وقتی کسی به دنبال یک مکان زندگی جدید است، می‌خواهید اولین و آخرین گزینه‌ای که آنها به آن فکر می‌کنند مجموعه آپارتمان شما باشد، و سپس اقدام به رزرو بازدید و در نهایت امضای یک قرارداد نمایند. عمل به وعده‌هایتان برای حفظ و نگهداری

- اگر هنوز مطمئن نیستید که برندسازی برای مجموعه آپارتمان شما ضروری است، آمارهای زیر را در نظر بگیرید:
- از هر چهار مصرف‌کننده سه نفر خریدهایشان را براساس نام برند انجام می‌دهند.
- از هر سه مصرف‌کننده دو نفر ارزش‌های مشترک

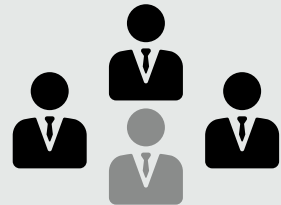
- را دلیل اصلی انتخاب یک برند می‌دانند.
- نیمی از صاحبان کسب‌وکارها معتقدند ساختن روابط بلندمدت با مشتریان محرک اصلی رشد آنهاست.
- از هر چهار مدیر بازاریابی سه نفر برندسازی را برای رشد یک شرکت ضروری می‌دانند.

”

از هر ۴ مصرف‌کننده ۳ نفر



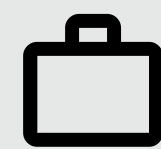
خریدشان را براساس نام برند انجام می‌دهند.



از هر ۴ مدیر بازاریابی ۳ نفر

برندسازی را برای رشد یک شرکت ضروری می‌دانند.

۵۰٪ صاحبان کسب‌وکار



روابط بلندمدت با مشتریان؛ محرک اصلی رشد آنها

“

## هویت برند آپارتمان شما چیست؟

- قبل از اینکه هویت برند خود را در نظر بگیرید، باید جوهره برند خود را درک کنید - که اساساً "شخصیت مجموعه آپارتمانی شما" است.
- آیا یک مجموعه لوکس یا دوستدار محیط زیست در مرکز شهر است؟
- چه چیزی آن را ویژه و متفاوت از هر مجموعه آپارتمان دیگری می‌کند؟
- آیا مکان آن ویژه است - در نزدیکی کوه، در مرکز شهر، نزدیک مسیرهای پیاده‌روی، نزدیک به یک مدرسه یا در نزدیکی مجموعه‌ای از رستوران‌ها است؟
- آیا امکانات آن بروز است یا جو خانوادگی آن چشمگیر است؟
- با ایجاد تصویر مجموعه آپارتمان خود، می‌توانید هویت برند آن را ایجاد کنید - که

شامل نام مجموعه شما، شعار، لوگو، پالت رنگی، قلم و تایپوگرافی و گرافیک و علائم محیطی برای انتقال پیام شما می‌شود. هویت برند شما چگونگی درک و شناخت مخاطبین و ساکنان بالقوه از مجموعه شما، در تمامی مواد بازاریابی در طول زمان می‌باشد. مگر اینکه دوباره برندسازی کنید، که موضوعی کاملاً متفاوت است).

برندسازی آپارتمان راهی برای ایجاد یکپارچگی در تمام تلاش‌های بازاریابی شماست که تضمین می‌کند مجموعه شما به راحتی برای مخاطبان مورد نظر شما قابل تشخیص باشد، و مهمتر از آن، زمانی که شخصی قصد جابجایی مکان زندگی‌اش را دارد، اولین گزینه در ذهن او مجموعه شماست.



- شما می خواهید ساکنان بالقوه وقتی به مجموعه آپارتمانی شما فکر می کنند، ابتدا چه چیزی در ذهن آنها نقش ببندد؟
- چه چیزی ملک شما را از سایرین در بازار متمایز می کند؟
- چه نقاط فروش یا کانال منحصر به فردی دارد؟
- ارزش های اصلی و ویژگی خاص آن چیست؟

زمانی که به تصویر و هویت برند خود فکر می کنید، این سوالات را از خود بپرسید:

- مخاطبان هدف شما چه کسانی هستند - جوانانی که به دنبال محله های مطرح هستند، افراد حرفه ای پرمشغله، خانواده های دارای فرزند، یا زوج هایی که به دنبال تفریح هستند؟



Binghatti Gate Residential Building | Binghatti

## چگونگی خلق عناصر هویت بصری برند آپارتمان

**لوگو** - طراحی لوگو یکی از چالش برانگیزترین جنبه های برندسازی است، زیرا واقعاً مجموعه شما را از بقیه متمایز می کند. یک شرکت با دانش و تخصص طراحی لوگو می تواند به شما چندین گزینه براساس موقعیت برند ساختمان شما ارائه دهد. قانون ما: آن را ساده نگه دارید.

**پالت رنگی** - واقعیت: رنگ هایی که انتخاب می کنید در نحوه درک ساکنان بالقوه از برند شما تفاوت ایجاد می کنند. تمام رنگ هایی که در بازاریابی می بینید قصد و هدفی را دنبال می کنند.

با تثبیت تصویر برند خود، می توانید شروع به مفهوم سازی و توسعه هویت دیداری خود به منظور حمایت از آن کنید - که شامل یک لوگو، پالت رنگی، قلم و اشکالی است که برای تمامی اسناد بازاریابی شما استفاده می شود، از وبسایت شما گرفته تا موارد چاپی و علائم گرافیکی.

**نام** - انتخاب نام مناسب اولین و مهمترین گام برای شروع فرآیند طراحی هویت ساختمان شماست؛ چرا که اولین نقطه مواجهه ذهنی هر یک از مشتریان بالقوه شما با آپارتمان، نام آنست.

هر رنگی معنادار است و می‌تواند تأثیر عاطفی و روانی بر مصرف‌کنندگان داشته باشد. پس چگونه می‌توانید رنگ‌های مناسب برای برند مجموعه آپارتمان خود انتخاب کنید؟ با توجه به هویت برند خود، در نظر داشته باشید:

- **تن‌های زمینی**، مانند قرمزهای تیره و قهوه‌ای، احساس خانه‌ای امن و آرامش را ایجاد می‌کنند.
  - **سبزه‌ها** آرامش و سلامتی را بازتاب می‌دهند.
  - **تن‌های قرمز** هیجان انگیز هستند و به عمل ترغیب می‌کنند.
  - **آبی** آرامش و اعتماد را نشان می‌دهد.
  - **سیاه و بنفش** نشانگر تجمل و وقار است.
- با دو یا سه رنگ (نه بیشتر) بازی کنید تا ترکیبی را پیدا کنید که مناسب‌ترین گزینه برای برند شماست.

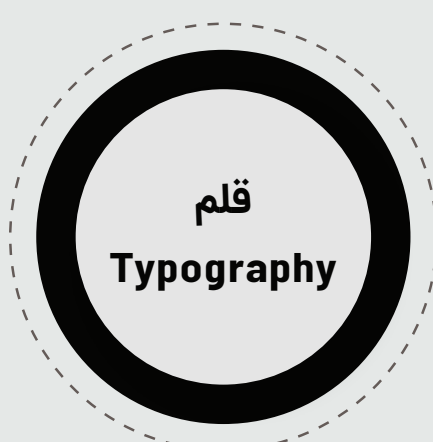
**قلم** - مانند انتخاب رنگ، فونت‌ها باید به طور بصری نمایانگر شخصیت برند باشند. دو یا سه فونت مکمل را که در تمام موارد استفاده می‌شود، انتخاب کنید.

مهمترین نکته قابل توجه خوانایی فونت است - فونتی را انتخاب کنید که ساده و خوانا باشد. **شکل** - باور کنید یا نه، اشکال هم تأثیر روانی دارند. به راهنمای زیر دقت کنید:

- **دایره‌ها** پیوستگی، مثبت‌گرایی و در بسیاری اوقات وحدت را نشان می‌دهند.
- **مثلث‌ها** برای نمایش برندهای جسور و منحصر به فرد استفاده می‌شوند.
- **مربع‌ها** یا مستطیل‌ها تعادل را نشان می‌دهند.

ذهن این اشکال را با خانه یا جعبه‌ای که چیزها در آن ذخیره می‌شوند، مرتبط می‌کند.

”



“

## عناصر هویت بصری برند آپارتمان



### چگونگی توسعه صدای برند آپارتمان

هویت مجموعه آپارتمان شما را منعکس کند - به عنوان مثال، یک ساختمان شیک بلند مرتبه احتمالاً از یک صدای متفاوت نسبت به یک آپارتمان شهری و مدرن استفاده می‌کند.

همان‌طور که تصویر برند اهمیت دارد، صدای برند آپارتمان شما نیز اهمیت دارد. به منظور انتقال موثر پیام خود، باید مخاطبان خود را درک کنید و به زبان آنها صحبت کنید. نوع صدایتان نیز باید

به لیستی از صفت‌های مختلف برای انواع صداها توجه کنید. سه موردی که فکر می‌کنید برای مجموعه آپارتمان شما مناسب است، انتخاب کنید و مطمئن شوید که تبلیغ‌کنندگان و بازاریابان می‌توانند صدای شما را در تمامی سطوح ارتباطات شما اجرا کنند:

- شیطنت‌آمیز
- جدی
- رسمی
- غیررسمی
- مشتاق و جذاب
- ساده
- پرانرژی
- حرفه‌ای
- خبری
- دوستانه
- تیز
- محافظه‌کار
- دلسوزانه

ممکن است بخواهید کلمات یا عبارات خاصی را نیز در نظر بگیرید که می‌خواهید در موارد مختلف آورده شوند. در مورد استفاده از کلمات، فهرستی از بایدها و نبایدها ایجاد کنید.

علاوه بر این، یک شعار خوب و قوی برای همراهی با لوگوی شما می‌تواند به برند شما کمک کند. شعار شما یک جمله کوتاه است که خلاصه می‌کند که مجموعه آپارتمان شما چه چیزی را ارائه می‌دهد. شعار شما باید جذاب و قوی باشد - بنابراین نه تنها توجه ساکنین بالقوه را جلب می‌کند، بلکه به سرعت هویت شما را انتقال می‌دهد.

یک عبارت «درباره ما» نیز مفید است تا به نویسندگانی که در تهیه مواد بازاریابی شما فعالیت می‌کنند، ارائه دهید. این یک پاراگراف است که صدا و سبک شما را نشان و پیام اصلی شما را انتقال می‌دهد.

”

یک شعار خوب و قوی برای همراهی با لوگوی شما می‌تواند به برند شما کمک کند. شعار شما یک جمله کوتاه است که خلاصه می‌کند که مجموعه آپارتمان شما چه چیزی را ارائه می‌دهد.

“

### مجموعه آپارتمان‌هایی که در برندسازی موفق بوده‌اند

امر این است که آنها با کارکنان محلی هر مکان از نزدیک و به طور مستقیم کار می‌کنند. آنها افرادی هستند که ساکنان را بهتر می‌شناسند و می‌دانند که چه چیزی آنها را جذب می‌کند.

- **LMC** در کالیفرنیا برای هر یک از املاک خود برند مجزا ایجاد می‌کند. آنها مواردی که هر یک از رقبای آنها می‌دهند، و همچنین پیام‌های کلیدی که می‌خواهند با هر برند انتقال دهند را در نظر می‌گیرند. مهم‌ترین



Central Park West New Home Community | LMC

در هتل‌ها و استراحتگاه‌های خود خواهند یافت. آنها با پالت رنگی سیاه و سفید خود که امضای این برند است بازی می‌کنند، اما لوگوی درخت و فونت انگلیسی با حروف بزرگ را برای تشخیص برند خود حفظ می‌کنند.

- در بالاترین سطح حوزه ساختمان‌های لوکس، کمتر برندی وجود دارد که خود را بهتر از **Four Seasons** متمایز کند. آنها از طریق اقامتگاه‌های خصوصی خود، همان تجربه خارق‌العاده‌ای را ارائه می‌دهند که مهمانان



جمعی تأکید دارد. هر چند برخی فضاها مشترک هستند، اما هر گروه ورودی و امکانات خود را دارد تا یک نگاه و حس یکپارچه در طول فضاهای مختلف فضا حفظ شود. نمایندگانی از Avalon می‌گویند که این مدل دوبرندینگ این امکان را ایجاد می‌کند تا ساکنان بیشتری با طیف گسترده‌تری جذب فضا شوند.

- شاید جالب‌ترین مثال برندسازی **AvalonBay** در بروکلین، نیویورک است. این شرکت موفق به ایجاد دو مجموعه و برند متمایز در یک برج شده است. طبقات بالایی شامل یک برند سنتی با کیفیت به نام Willoughby Square هستند، که به عنوان "زندگی ارتقاء یافته" مطرح می‌شود. در نیمه پایین ساختمان، آنها **AVA DoBro** را میزبانی می‌کنند، که حس جوانانه‌ای دارد و بر زندگی



## یافتن افراد حرفه‌ای در حوزه برندسازی آپارتمان

خود را بیان کنید. از آنها بخواهید mood board ارائه دهند، سپس مفاهیم و ایده‌های اولیه برای چگونگی ساخت برند و سپس اجرای نهایی برند شما را ارائه دهند.

بهترین راه برای اطمینان از اینکه برندسازی آپارتمان شما در مسیر درستی است، همکاری با یک آژانس برندسازی معتبر است. آنچه آنها در گذشته انجام داده‌اند را بررسی کنید، با تیم ملاقات کنید و اهداف

- مهم‌تر از همه، اطمینان حاصل کنید که هنگامی که به اهدافتان رسیدید، یک راهنمای استفاده از برند را دریافت خواهید کرد که تمام بازاریابی‌های شما را در آینده هدایت می‌کند.
- فهرست مورد انتظار از موارد تحویلی برندسازی آپارتمان به شکل زیر وجود دارد:
- موقعیت برند
- ارزش‌های پیشنهادی
- تعیین و تحلیل مخاطب هدف
- شعار یا تبلیغ نویسی
- هویت برند - نام، لوگو، شعار، علائم و اجزای محیطی
- راهنمای استفاده از برند - رنگ‌ها، تایپوگرافی، جزئیات لوگو



## خلاصه

شما از پیش می‌دانید، مجموعه آپارتمانی که ایجاد کرده‌اید سطح بالاست - حالا باید آن را برند کنید تا افراد بیشتری از آن باخبر شوند. برای ارائه ارزش واقعی آنچه خلق کرده‌اید ما در MINE کنار شما هستیم؛ تا با مجموعه‌ای از خدمات یکپارچه برند شما را به نمایش بگذاریم.

بررسی‌ها و نتایج همواره ثابت کرده‌اند که یک ساختمان برند همیشه موفق‌تر از ساختمان غیربرند است. برندسازی آپارتمان پیوستگی را ایجاد می‌کند که به ساکنین خانه‌های شما و افزایش ثروت شما منتهی می‌شود، بنابراین از تلاش کردن کوتاه نیابید.

منابع مورد استفاده برای این محتوا:

resident360



تماس با ما

| ۰۹۹۰۲۲۱۱۴۱۲ | [www.mineteams.com](http://www.mineteams.com) | [info@mineteams.com](mailto:info@mineteams.com) | @mineteams |