



برندینگ و مارکتینگ محصولات هنری یا خدمات پرسنال برند چه جایگاهی در ایران دارد

هنر از کسب و کار جداست اما هیچ منافاتی با هم ندارند و مکمل هستند. چند هنرمند می شناسیم که برند را علمی و عملی دنبال میکنند و در مسیر هنری خود به کار می برند، این روزها پاشنه آشیل هنرمندان پرتوان و ناموفق شاید همین عدم پرداختن به برندسازی است. معیشت هنرمند با برندسازی حل می شود، اثرش دیده می شود و محبوبیتش صد چندان و جایگاه واقعی خود را پیدا می کند. هنرمندی که مسیر درست برندسازی را طی می کند چیزی فراتر از اثرش می فروشد و چیزی فراتر از اثرش دیده می شود و مخاطب همیشه تشنه تر است برای دیدن اثرش. برای هنرمند داستانگویی، ایجاد ارزش کردن، متمایز بودن، حضور در شبکه های اجتماعی و پرداختن به تمامی نقاط تماس در پرسنال برند و یا محصولاتش درست است که ارزش هنری آثارش را تغییر نمیدهد اما به شدت برند او را قدرتمند می سازد و متفاوت می کند و ارزش افزوده به آثارش می دهد. باید پذیرفت که مارکتینگ زیر مجموعه ای از برندینگ در هنر است و تضمین فروش و زحمات هنرمند است. برندینگ در هنر باعث می شود هنرمند با دنیای بیرون خودش ارتباط بهتری برقرار کند. عدم حضور یک مشاور برند سازی در کلیه آثار هنری از نقاشی تا موسیقی و سینما به خوبی در میان هنرمندان ایران مشهود است. با توجه به مسیر پیشرفت برندینگ در ایران امیدواریم که همه هنرمندان و هنرجویان در کنار دود چراغ خوردنها و چهارزانو در محضر استاد نشستن ها نیم نگاهی هم به مقوله برند داشته باشند چرا که بال دوم موفقیت در هنر برندسازی است.

حسین زارعی

طراح و مشاور برند