



"În branding nu există vremuri bune sau neprielnice. Cunoașterea modului în care funcționează sistemul de brand te ajută să ai o afacere echilibrată chiar și în momentele nefavorabile din piață."



Simona Gabriela Buzatu

Ambasador al marketingului etic și responsabil

Strateg de brand și creator
Fondatorul Agenției Artvisiona



Povestea Artvisiona

- Se spune că nu poți clădi un viitor solid dacă nu-ți onorezi trecutul -

Când l-am descoperit pe **Constantin Tănase** aproape de rădăcinile **arborelui meu genealogic**, am înțeles de unde vine **curajul de a ieși din tipare**.

În familia mea, acest curaj a luat forma unei **mine de sare** și a unei **fabrice de pungi din hârtie la Călimănești**, pe la **1920**, apoi a unei **reviste locale**, a unei **fabrice de mezeluri cu magazine de desfacere** și a uneia dintre primele **agenții imobiliare din București**, deschisă de părinții mei imediat după Revoluție.

Cu același spirit moștenit, în 2003 am devenit unul dintre **primii liber-profesioniști** din România, într-un timp în care majoritatea căutau un loc de muncă stabil.

Astăzi, prin Agenția Artvisiona, duc mai departe, după **23 de ani** și **sute de proiecte de branding și rebranding**, visul de a ajuta **antreprenorii români** să-și atingă potențialul maxim în afaceri.

PRIMUL PAS - STRATEGIA DE BRAND

Tot restul urmează cu scop

Fiecare pachet începe cu o strategie de brand bine fundamentată, construită pe cercetare temeinică, planificare atentă și direcție clară.

Acest pas de bază este necesar chiar și atunci când colaborăm doar pentru un website sau pentru design de ambalaj.



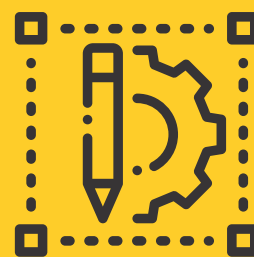
Strategie



Comunicare



Design



Tehnologie



Coaching



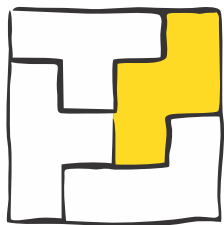
Seminarii

2003-2026

De-a lungul anilor am avut oportunitatea de a lucra cu agenții, organizații, trusturi de presă, persoane publice și branduri renumite: **România Liberă, Vodafone, KFC, Borsec, Jiffy Steamer, Florin Chilian, Horia Brenciu**, dar și cu *antreprenori* care dețin afaceri locale mari sau mici: **Hello Donut's, Imprinto, Cafea Fortuna, Euflora, Oia Trans și Inovo Mobili**.

După 23 de ani de lucru știm unde munca noastră contează cu adevărat **Antreprenorii** - care au totul în joc, trăiesc afacerea lor zi de zi și sunt real pasionați de domeniul de activitate în care activează.





INCUBRAND



Aruncând un năvod larg și targetând pe toata lumea, în speranța că cineva rezonază cu brandul, este dificil, obositor și ineficient. În mod inevitabil înseamnă că vei întâmpina ape tulburi.

Obține claritatea de care ai nevoie pentru a-ți mări impactul și venitul.

INCUBRAND by Artvisiona este o metodă de căutare sufletească, aplicată afacerii - un program de autocunoaștere pentru branduri, realizată cu ajutorul metodelor de psihologie aplicată și o serie de ustensile interactive unice, create de noi.

Ce este ?

STRATEGIA DE BRAND

Strategia de brand există pentru a permite, exprima și concretiza strategia de afaceri. **Așadar, branding fără o strategie sau un plan de afacere este imposibil de realizat.**

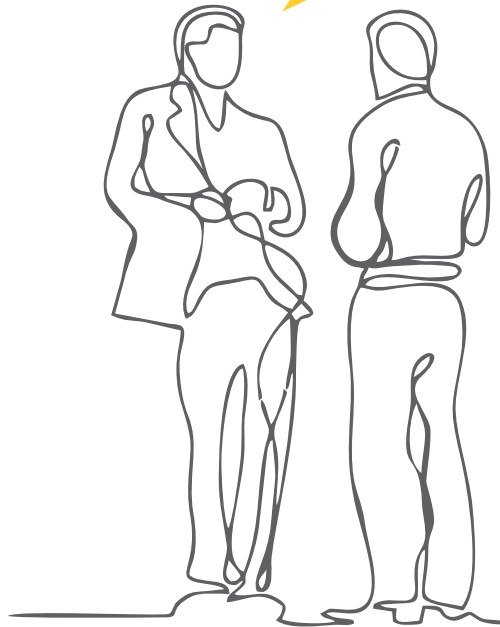
Strategia de brand este exprimarea esenței companiei și motivul existenței sale. Cuprinde poziția unică, relevantă, credibilitatea și sustenabilitatea pe piață, împreună cu povestea, valorile, personalitatea și exprimarea brandului. Ar trebui, de asemenea, să includă promisiunea de valoare a angajaților.

În cazul în care există mai multe branduri, poate include un cadru de arhitectură a brandului și o strategie a portofoliului. Dacă există mai multe publicuri țintă ale brandului, strategia de brand poate include promisiunile de valoare pentru fiecare dintre acestea.

Mod de lucru .

Strategia de brand se poate realiza doar în echipă: **strategist de brand + antreprenor**. Împreună parcurgem un proces prin care analizăm și restrângem informațiile până la stabilirea esenței brandului = poziționare unică în piața țintită.

Sunt un avocat bun. Încearcă !



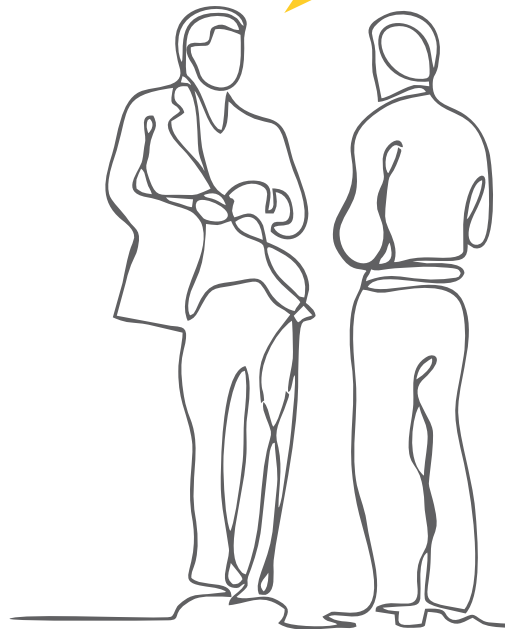
MARKETING-ul este o tehnică prin care informația este îndreptată direct către un grup specific de oameni. Ex: broșură, site web sau magazin virtual...

Crede-mă este un avocat bun.



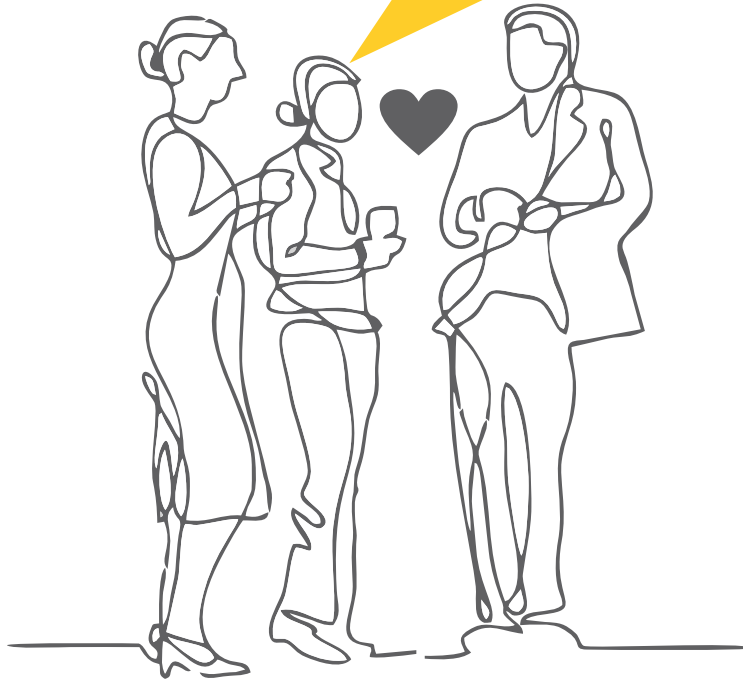
(PR) RELAȚIILE PUBLICE se concentrează asupra celor care influențează publicul țintă. Ex: reviste, ziare, emisiuni tv, prieteni sau parteneri cu influență.

Sunt cel mai bun avocat,
sunt excepțional, sunt fabulos !



RECLAMA este "strigarea" către oricine vrea să asculte, comunicare scurtă și repetată cu audiența. Concept scurt, repetat, pentru a rămâne în memoria oamenilor chiar și atunci când aceștia nu se gândesc la brand.

Înteleg că ești cel mai bun avocat.



BRANDING-ul este o tehnică de marketing prin care consumatorii se îndrăgostesc de brandul tău. Nu este despre ce spui tu că ești. **Este despre ce spun consumatorii că ești.**

Un adevăr pe care rar îl auzi de la alte agenții...

Nici cele mai inteligente **reclame**, **campanii virale**, tool-urile **AI**, **automatizări** sau tacticile de **conversie** *nu aduc* creștere reală și o **bază de clienți** care **rămân** și **iubesc** compania ta dacă fundația lipsește. Rareori o fac.

Când **înțelegi** însă **cum gândesc oamenii** cu adevărat, cum decid, cum rămân loiali — și **aplici asta etic** — **afacerea devine solidă** pe orice piață și mai ușor de condus.

- STRATEGIA DE BRAND EXPLICATĂ PE ÎNȚELESUL TUTUROR -

© artvisiona. Toate drepturile rezervate.

IDENTITATE
VIZUALĂ

INFLUENȚATORI
DE BRAND

BRAND

NUME
SIGLĂ
SLOGAN
IDENTITATE
MARKETING
COMUNICARE și PR

PRODUSE
performanță,
disponibilitate, preț
SERVICII
vânzări și suport tehnic,
performanță de livrare

PERSONAL
calitate, performanță,
stabilitate

ETICĂ
corectitudine, valori,
influențare, aliniere

ARHITECTURĂ
amenințări, stabilitate, coerență

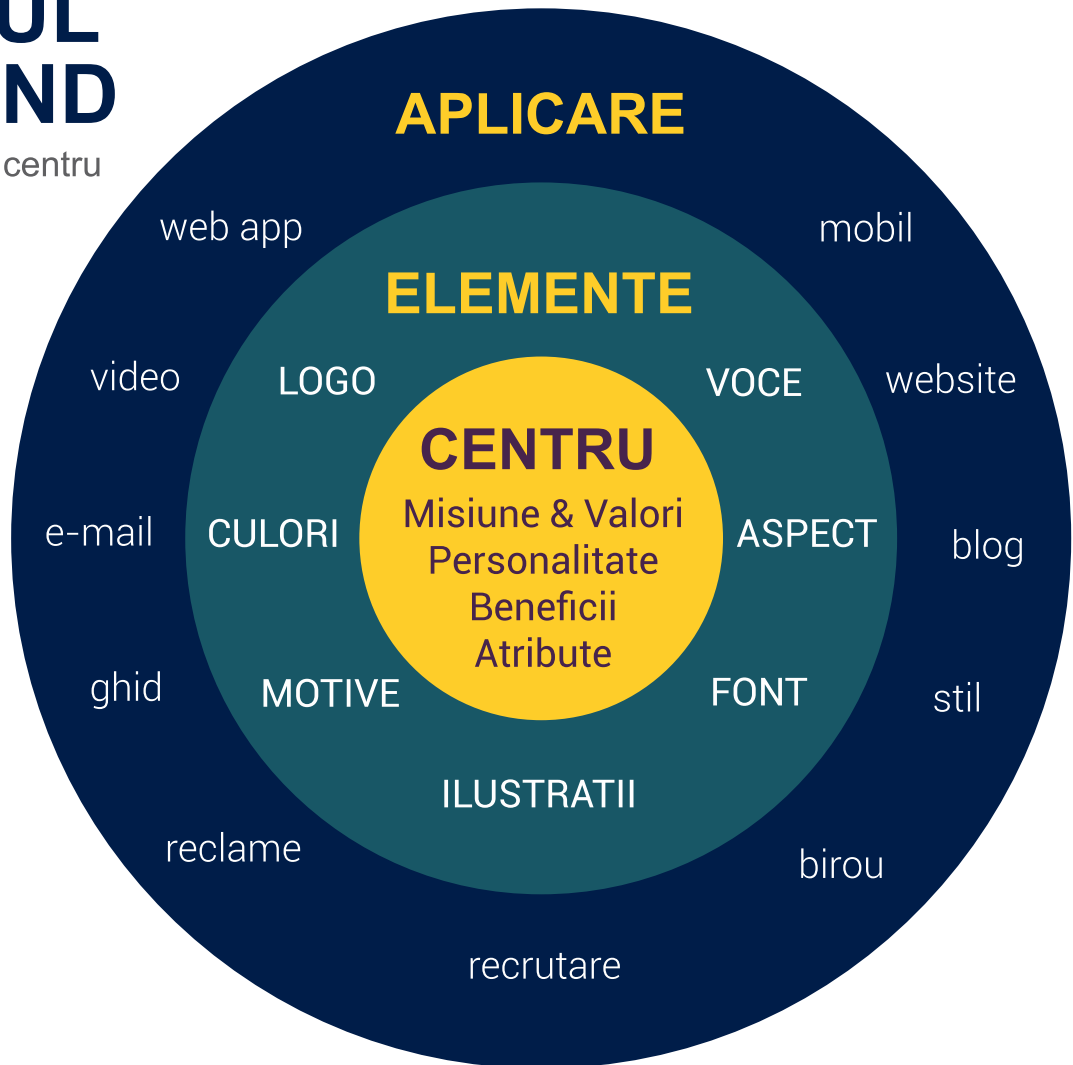
POZIȚIONARE
unicitate, avantaje funcționale
și emoționale

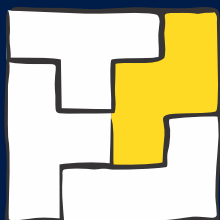
FINANCIAR
profitabilitate, preț acțiuni,
sentimentul investitorilor

BRAND = TOATĂ AFACEREA TA

SISTEMUL DE BRAND

totul pornește de la centru





INCUBRAND

Care sunt pașii

și ce se poate obține parcurgând acest proces?



Ca strateg de brand, meseria mea principală este să analizez afaceri. Știu ce le ține în picioare și ce le doboară. Cum arată din afară și ce se întâmplă în realitate în spate.

Îmi suflec mânecile și sunt alături de tine unde contează: ofertă, piață, timp, personal, poziționare. Mai întâi strategie și întrebări care duc la esență și optimizarea proceselor interne, apoi un brand care te reprezintă cu adevărat și îți aduce în general clienți ideali.

Ce mă deosebește cu adevărat? Am o abordare multidisciplinară. În fiecare proiect aduc același mix de abilități: **marketing, branding, psihologie și filosofie**, împreună cu **23 de ani de experiență în piața locală și internațională.**

Am fost pe rând: **angajat, liber profesionist, antreprenor și angajator.** Am o înțelegere profundă despre fiecare rol, **nu doar teorie.**



Simona Gabriela Buzatu

Strateg de brand, creator și manager de proiecte
Ambasador de marketing etic



Artvisiona

simona@artvisiona.ro