



„Hosszú, szinte szakállasnak mondható története van ma már az országmázs tudatos formálására és fejlesztésére irányuló szakmai munkának és a különböző törekvéseknek”

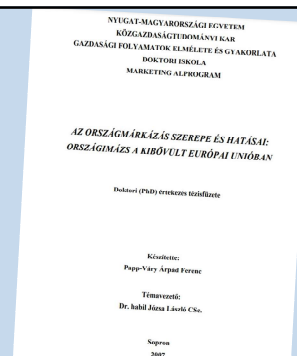
Marketing & Menedzsment

The Hungarian Journal of Marketing and Management

1996!

Országimázs Központ
Országmárka Tanács
Magyar Turizmus Zrt.
Magyar Turisztikai Ügynökség

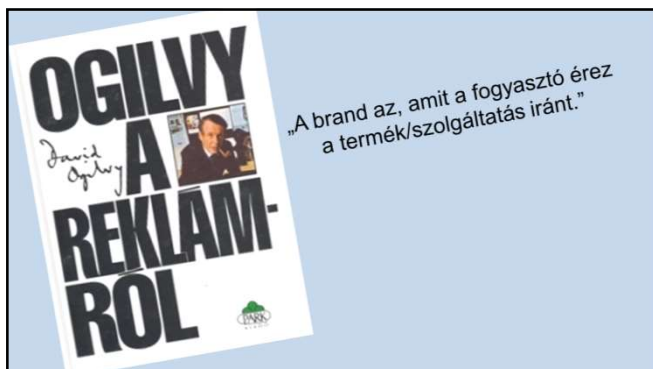
Az országmárkázás szerepe és hatásai





01

Országmárka valószínűleg van.



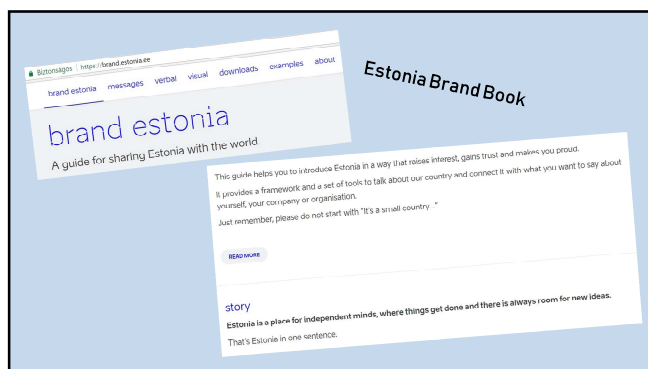
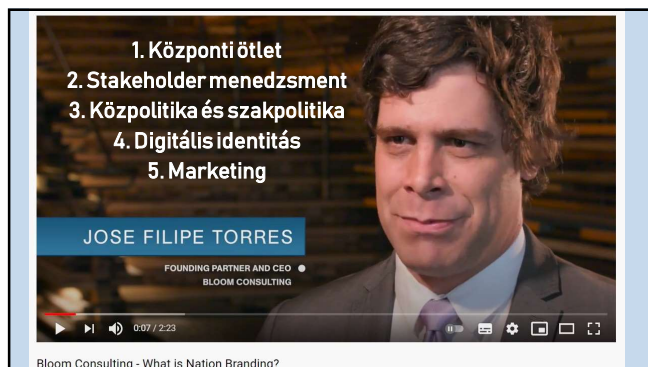
02

Országmárka valószínűleg van.
Országmárkázás kevésbé.



03

Azért meg lehet próbálni –
de a marketing csak kis része.



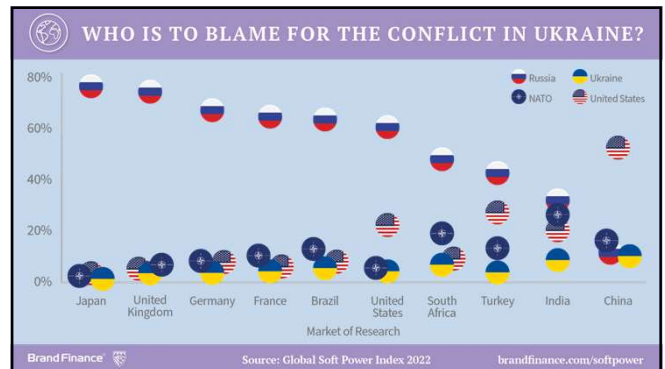
04

A branding mindig szűkítés –
az ország viszont komplex.



05

Valójában rengetegféle
vélemény lehet egy országról –
például a megítélők szerint.



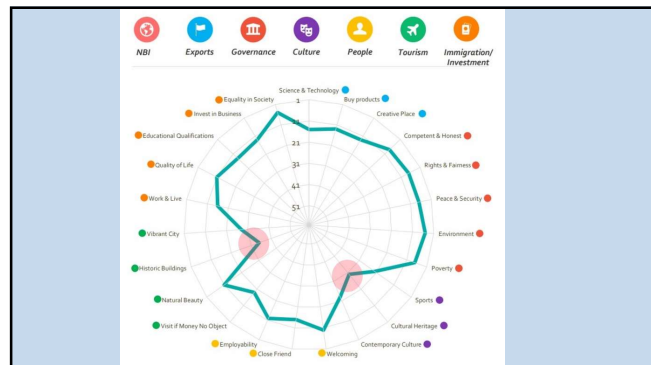
06

A globális közvélemény szerint
10-20 ország emelkedik ki.



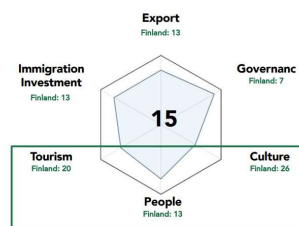
07

A rangsorok hasznosak lehetnek –
ha megfelelően értelmezzük őket.



Finland's brand image is defined by people

- 60 countries were ranked based on 60,000 interviewees ages 18 and up from 20 core panel countries.
- 23 questions were asked covering all 6 themes.



Source: The Anholt-Ipsos Nation Brands Index SM

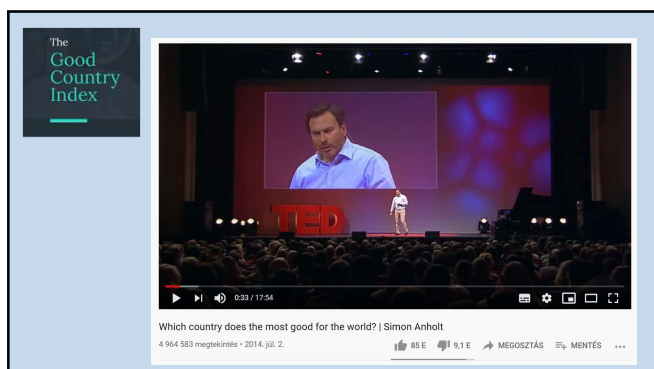
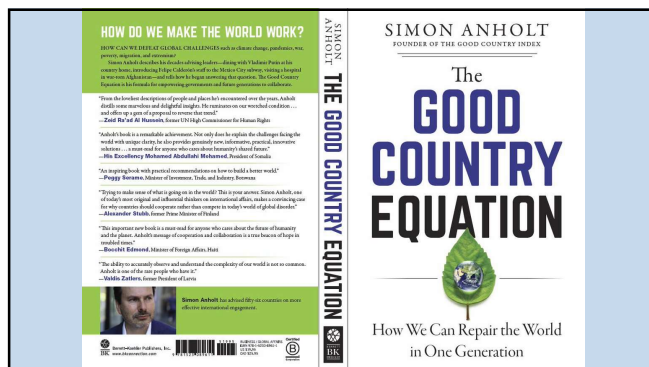
08

Országimázst építeni nehéz, rombolni könnyű
– de azért rombolni sem olyan könnyű.



09

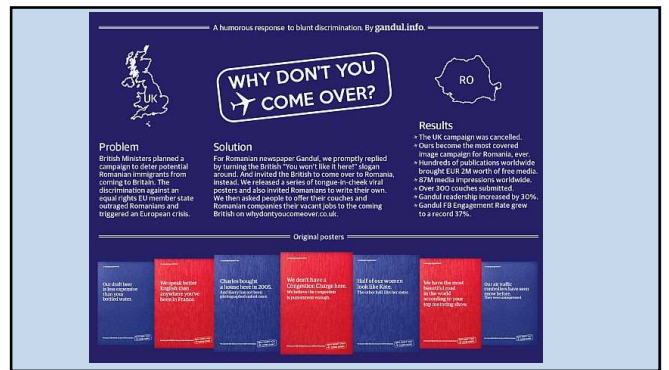
Ne csak magunkért tegyünk jót –
hanem más országokért is.

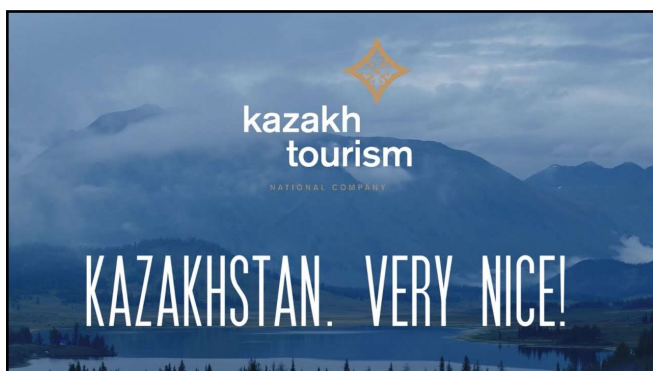
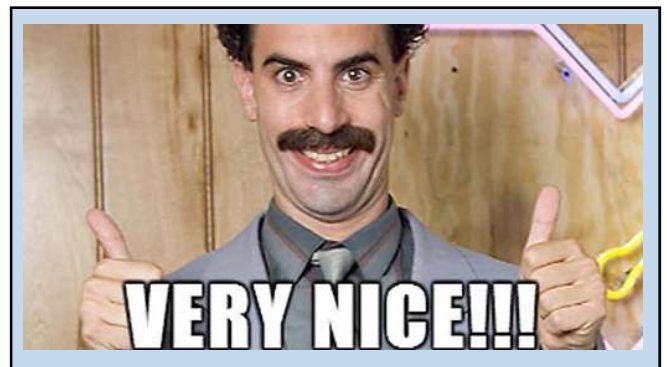
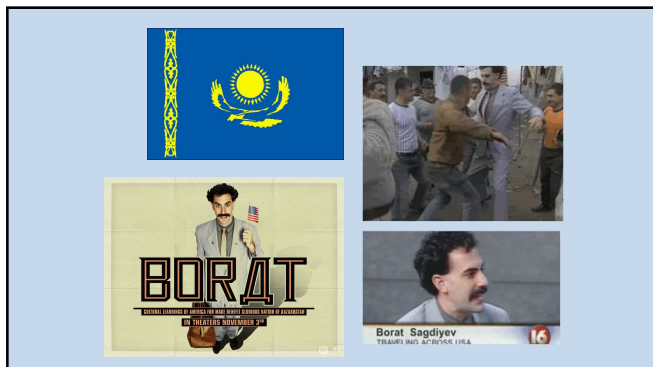


10

Ha megdobnak kővel,
dobj vissza humorral!







+1

Az országmárka-építés 80%-a innováció,
15%-a koordináció
és csak 5%-a kommunikáció.

Sok-sok innovációt
Magyarországnak
a Marketing Summiton
résztevők segítségével!

Dr. Papp-Váry Árpád



**MAGYAR
MARKETING
SZÖVETSÉG**

