

"بلوم للاستشارات" تدرس تأثير كوفيد-19 على العلامات التجارية



عرض تأثير فيروس كورونا المستجد (كوفيد-19) على العلامات التجارية الوطنية

أجرت شركة بلوم للاستشارات دراستين عالميتين ومستقلتين بالتعاون مع شركة D2-Analytics حول تأثير جانحة كوفيد-19 على العلامات التجارية الوطنية وسلوكيات السياح.

يهدف التقرير إلى فهم تأثير كوفيد-19 على العلامات التجارية الوطنية وجميع أبعاد عجلة العلامات التجارية الوطنية@ من بلوم للاستشارات. ويهدف إلى الحصول على معرفة كيفية تأثير إدارة الحكومة لأزمة كوفيد-19 على كل من التصورات والعلامات التجارية. وهو يقدم مفهوماً جديداً أطلقنا عليه اسم "العلامة التجارية"، وذلك كأداة لقياس تأثير الأزمة على أبعاد السياحة والمواهب والاستثمار والصادرات والصورة الذهنية للبلدان.

وقد قدم هذه الدراسة الرئيس التنفيذي ومؤسس شركة بلوم للاستشارات، خوسيه فيليب توريس، في ندوة عبر الإنترنت بعنوان "سيبتي نيشن بليس" في 27 مايو 2020. كما حضر ممارسون رواد آخرون في مجال العلامات التجارية للأمة مثل ريببكا سميث، مديرة "قصة نيوزيلندا"، ونابل جيبونز، الرئيس التنفيذي لهيئة السياحة الأيرلندية، وقدمتا تعليقاتهما على التقرير ومفهوم العلامة التجارية.

تتخصص شركة بلوم للاستشارات، التي تأسست عام 2003، في تطوير وتقييم استراتيجيات العلامة التجارية للأمة والعلامة التجارية للمدينة وصناعة الأماكن للحكومات في جميع أنحاء العالم. نتعاون مع رؤساء الوزراء والرؤساء وروساء البلديات ومكاتب السياحة ووكالات التجارة والاستثمار. وقد عملت بلوم للاستشارات على نطاق واسع في مجال العلامات التجارية للدول، حيث عملت في 5 قارات. بالإضافة إلى ذلك، تُعد بلوم للاستشارات شريك بيانات رسمي للمنتدى الاقتصادي العالمي.