

## **Archetyp Marki**

### **Po co Ci archetyp?**

Do kreowania swojego wizerunku,  
Tworzenia contentu w Social Mediach  
Komunikowanie się w określonym archetypie pomoże Ci w zbudowania określonego wizerunku.

Dzięki temu zyskujesz przewagę konkurencyjną i dzięki temu nie musisz w swojej komunikacji konkurować jedynie ceną.

W momencie jak pokazujesz siebie i swoją firmę w kontekście określonych cech, sprawiaasz że Twój klient bardziej utożsamia się z Tobą.

### **Archetyp odkrywcy**

W tym archetypie dążysz do pokazania nieznanego. Komunikujesz wartości takie jak wolność, niezależność, odkrywanie siebie, zachęcasz do zmian o 180 stopni.

W tym archetypie dostarczasz swojemu klientowi nowych nieznanych doznań.

Jak możesz komunikować się w tym archetypie?

Nowinki w zakresie nowości z branży Beauty/masażu, wprowadzanie nowych zabiegów, produktów na rynek, tworzenie nowych procedur zabiegowych.

Archetyp odkrywcy związany jest z podróżą, pokazuj w nim dużo podróży, natury itd.

### **Archetyp niewinny**

Marka o tym archetypie komunikuje się jako romantyk, marzyciel. W tej komunikacji jest dużo marzeń, wspomnień, także tych z dzieciństwa.

Zobacz reklamę Werther's Oryginal, w której dziadek wręcza wnuczce cukierek.

Jak możesz komunikować się w tym archetypie?

Pisz o przyjemności, pokusie, o czymś co pozwoli zapomnieć o codzienności.

### **Archetyp Mędrca**

Celem tego archetypu jest przekazanie obiektywnej wiedzy.

W tym archetypie dużo jest odniesień do nauki, badań, analiz, cyfr itd.

Wartość jaką niesie komunikacja w tym archetypie to, wiarygodność potwierdzona poprzez badania i liczby.

W tym archetypie przypominasz nieco chodzącą encyklopedię.

Jak możesz komunikować się w tym archetypie?

Opieraj się na twardych danych i dowodach społecznych.

### **Archetyp Bohater**

Pokazywanie tzw. Super mocy. Historia bohatera. Trudna historia, którą udało się przezwyciężyć.

W komunikacji tej marki odnosisz się do aprobaty i siły, pokonywania przeszkód.

Jak możesz komunikować się w tym archetypie?

Motywowanie klientów do wykonania określonej pracy za którą będzie nagroda. Częste organizowanie konkursów z nagrodami. Wyzwań np. W przypadku zabiegów odchudzających.

### **Archetyp Buntownik**

W tym archetypie nawołujesz do łamania ustalonych norm i zasad. Przykład marki Apple, w logo widać ugryzione jabłko, co niejako metaforycznie odnosi się do zatarcia granic pomiędzy dobrem i złem. Biblijne jabłko.

Jak możesz komunikować się w tym archetypie?

Złam zasady rób inaczej niż wszyscy.

Firma Time For Was złamała zasadę konieczności umawiania się na zabiegi. W każdej chwili bez zapisywania można było przyjść na depilację woskiem.

### **Archetyp Kochanek**

Pokazujesz zmysłowość, miłość, przyjemność, pieszczoty. Przykład reklama Kinder Bueno

Jak możesz komunikować się w tym archetypie?

Masaże dla dwojga, chwila na romantyczne spotkanie. Odwołuj się do chwil przyjemności.

