

## SADRŽAJ

<b>UVOD.....</b>	<b>4</b>
<b>1. POJAM I OSNOVNE KARAKTERISTIKE BRENDIA .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1. Istorija brenda.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2. Razvoj brend menadžmenta .....</b>	<b>6</b>
1.2.1. Definisanje brenda .....	6
1.2.2. Pojam i proces brend menadžmenta .....	8
1.2.3. Ciljevi i dimenzije brenda.....	10
1.2.4. Elementi identiteta brenda .....	12
<b>2. PROCES IZGRADNJE BRENDIA.....</b>	<b>14</b>
<b>2.1. Strateško planiranje brenda .....</b>	<b>15</b>
<b>2.2. Analiza brenda .....</b>	<b>16</b>
<b>2.3. Strategija brenda .....</b>	<b>17</b>
<b>2.4. Izgradnja brenda i brend portfolio .....</b>	<b>18</b>
<b>2.5. Kontrola/revizija brenda.....</b>	<b>19</b>
<b>3. BREND I PONAŠANJE POTROŠAČA.....</b>	<b>21</b>
<b>3.1. Dimenzije i uticaji brenda .....</b>	<b>22</b>
<b>3.2. Lojalnost potrošača brendu .....</b>	<b>23</b>
<b>3.3. Vrijednost i mjerenje vrijednosti brenda .....</b>	<b>25</b>
<b>4. PRIMJER- IZGRADNJA BRENDIOVA U KOMPANIJU IMLEK .....</b>	<b>29</b>
<b>4.1. Mlijeko i mliječni proizvodi .....</b>	<b>30</b>
4.1.1. Proces repozicioniranja i rebrandiranja “Kravice” .....	32
4.1.2. Uzrok.....	33
4.1.3. Crtež čini brend „Moja kravica“ kao i Imlek neemotivnim.....	33
4.1.4. Sveže mlijeko.....	35
4.1.5. Funkcionalna mlijeka.....	37

<b>4.2. Fermentisani proizvodi.....</b>	<b>39</b>
4.2.1. Izgradnja brenda „Moja kravica“ jogurt .....	41
4.2.2. Izgradnja brenda FIT.....	42
4.2.3. Izgradnja brenda Jogood .....	44
4.2.4. Izgradnja brenda Balans + .....	46
<b>4.3. Uloga brendova u ostvarivanju tržišnog uspjeha kompanije Imlek .....</b>	<b>47</b>
<b>ZAKLJUČAK .....</b>	<b>49</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>50</b>