

بسبب التطورات الحاصلة في بيئة الأعمال وبسبب المنافسة العالمية الشديدة، فإن الكثير من المنظمات العالمية تحاول البحث عن كل ما هو مستجد والعمل على تطبيقه. وفي ظل هذا السياق وبسبب كثرة النفقات على الحملات الترويجية دعا الأمر الكثير من هذه المنظمات إلى استخدام العديد من الأساليب والاستراتيجيات لاستهداف عملائها عبر الانترنت، ومن أبرزها تسويق بالمحتوى الذي يعد تقنية لخلق ونشر محتوى ملائم وذو قيمة لجذب انتباه المستخدمين والحصول على مشاركتهم، الخ ومن ناحية أخرى تضيف شخصية العلامة التجارية السمات الشخصية للمستهلكين على العلامات التجارية كعملية استعارة وتشبيه لإضافة الطابع الشخصي على العلامة التجارية لبناء علاقات قوية مع العملاء، من خلال تطوير الجوانب الشعورية لدى المستهلك بخصوصها وعليه تعتبر من أهم عوامل بناء علامة تجارية قوية، وحتى يكون للمؤسسة جمهور يسمعها ويتابع حملاتها الإعلانية يجب أن يكون لها عنصر يميزها عن المؤسسات الأخرى حتى تستفيد من كل ما تنفقه على حملاتها الترويجية، وهو ما يظهر في عنصر العلامة التجارية وشخصيتها.