

ארכיטיפים מיתוגיים

המטרה	המאפיינים של מותג כזה	דוגמאות	חסרונות
לעזור לאנשים להיות מאושרים	צעיר, אופטימי, טהור, פשוט, מוסרי ונאמן.		להיזהר לא ליפול למקום של מניפולציה.
לייצר חוויות חדשות	חסר מנוחה, הרפתקני, שאפתן, אינדיבידואליסטי, עצמאי, חלוצי.		לא מיינסטרימי, פונה לקהל מצומצם.
להביא ידע לעולם	מקור ידע אמין, אינטליגנטי, אנליטי, יועץ.		עלול להישמע מתחכם מדי.
להגשים חלומות	בעל חזון, כריזמטי, אידיאליסטי.		עם הרבה מילים גדולות יש יותר סיכוי ליפול.
לשבור את המוסכמויות	מרדני, שובר טרנדים, חופשי, סולל את הדרך לשינוי.		אם לוקחים את זה רחוק מדי עלול להתפס בצורה שלילית.
לשפר את העולם	אמיץ, נועז, מכובד, חזק, בטוח, מעורר השראה.		לשים לב לא להישמע יהירים.
לייצר אינטימיות ולעודד אהבה	תשוקתי, רומנטי, חם, מחויב.		עלול להישמע אנוכי.
לגרום להנאה ולכיף	כיפי, בעל חוש הומור, קליל.		עלול להיתפס כמותג לא רציני.
לייצר שייכות בין אנשים	בגובה העיניים, תומך, מלא תקווה, עממי.		צריך לעבוד קשה במיתוג כזה כדי ליצור בידול.
להגן על אחרים	אכפתי, אימהי, נדיב.		עלול להילקח כמובן מאליו.
לייצר סדר בתוך הכאוס	מנהיג, אחראי, מאורגן, מודל לחיקוי		יכול להיתפס כסמכותי מדי או שתלטן.
ליצור דברים בעלי ערך	יצירתי, אמנותי, ממציא, יוזם.		עלול להישמע פרפקציוניסטי או לא פרקטי.