

РОЛЬ БРЕНДИНГУ У МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Студ. Коростинська Н.Р.

Наук. керівник доц. Геселева Н.В.

Київський національний університет технологій та дизайну

Маркетинг у наш час став тісно межувати з брендингом. У деяких джерелах їх навіть використовують, як слова-синоніми. Проте це є не зовсім коректним. Бренд - це певний знак, форма, стиль, упаковка, символ чи напис, за якими ідентифікують певний товар чи фірму. Брендінг у свою чергу – це сукупність заходів, процесів спрямованих на створення, просування бренду, формування позитивного іміджу компанії, послуги чи конкретного товару в очах споживачів.

Брендінг включає в себе всі види діяльності, що впливають на формування позитивного іміджу фірми, на сприйняття споживачем певного бренду. Ці дії також включають в себе маркетингову діяльність (рекламні акції, формування суспільної думки, робота зі ЗМІ, робота з аудиторією і підтримання зворотного зв'язку).

Фахівці сприймають бренд, як симбіоз двох понять. З однієї сторони – як звичайний товарний знак, символ, ім'я, що ідентифікують продукцію та послуги з-поміж інших, з другого боку - як сукупність інформації, відношення та асоціації, що виникають у людини, коли ми говоримо про той чи інший бренд.

Частіше за все брендінг ставить перед собою ціль – збільшення обсягів продажу товарів та перетворення потенційних покупців в реальних. До основних завдань брендінгу можна віднести: 1) створення чіткого образу товару в очах споживачів; 2) підкріплення та покращення іміджу компанії; 3) покращення загальної думки про товар; 4) Підтримання рівня довіри споживачів; 5) Мотивування людей до покупки; 6) Завоювання лояльності покупців.

Бренд може бути відомим, великим, звичайним чи навіть поганим. Сильний, відомий, позитивний бренд має неоціненне значення, оскільки з кожним днем боротьба за клієнтів підвищується. В певному плані ваш бренд - це гарантія надійності та якості продукту в очах покупців. Доктор Теодор Левіт вважає, що найважливішим активом компанії є думка клієнтів та репутація компанії на ринку. Найвідоміші бренди у наш час частіше за все асоціюються у покупців з певними цінностями, такими як: якість, надійність, високо-технологічність, сучасність, мода, екологічність, унікальність та функціональність.

Бренд-імідж – це певне уявлення про бренд, асоціації, візуальний образ марки, що складаються в голові споживача. Бренд-імідж допомагає покупцям виокремлювати ваш товар серед товарів-аналогів, допомагає покупцям краще уявити ваш бренд та асоціювати його з чимось хорошим та позитивним, що у свою чергу буде сприяти покупці товару. При створенні бренд-іміджу зазвичай звертають увагу не лише на фізичні властивості товару, але і на емоції, котрі він викликає у людей. Зазвичай компанії прагнуть використовувати в якості обличчя їх товару чи компанії відомих людей, оскільки вони одразу формують позитивне враження від товару, а також сприяють довірі до компанії на підсвідомому рівні.

Також безумовно важливим у наш час є Інтернет-брендінг, що пропонує величезні можливості для бізнесу, для залучення нових клієнтів. Брендінг використовує hi-tech технології для створення онлайн присутності вашого бізнесу. Графіка та анімація, змушують загальний дизайн веб-сайту відображати вашу компанію та створюють певний зв'язок між вами та споживачами. Привабливий сайт допомагає клієнтам швидше знайти необхідну інформацію, легше орієнтуватися на сайті і в кінцевому підсумку задовольнити свої потреби. Брендінг прагне передати безпосереднє унікальне повідомлення про ваш бізнес цільовим клієнтам, тому він потребує відповідального та професійного підходу, довгої та злагодженої роботи спеціалістів різних ланок, аби досягти поставленої мети.