

# Создание сильного бренда



Сегодня  
средний  
супермаркет  
имеет в наличии  
около 40 тысяч  
товарных  
единиц(т.е.)



Средней семье для удовлетворения 80-85% своих потребностей необходимо 150 т.е.

Конкуренция во всех сферах с  
каждым днём ужесточается

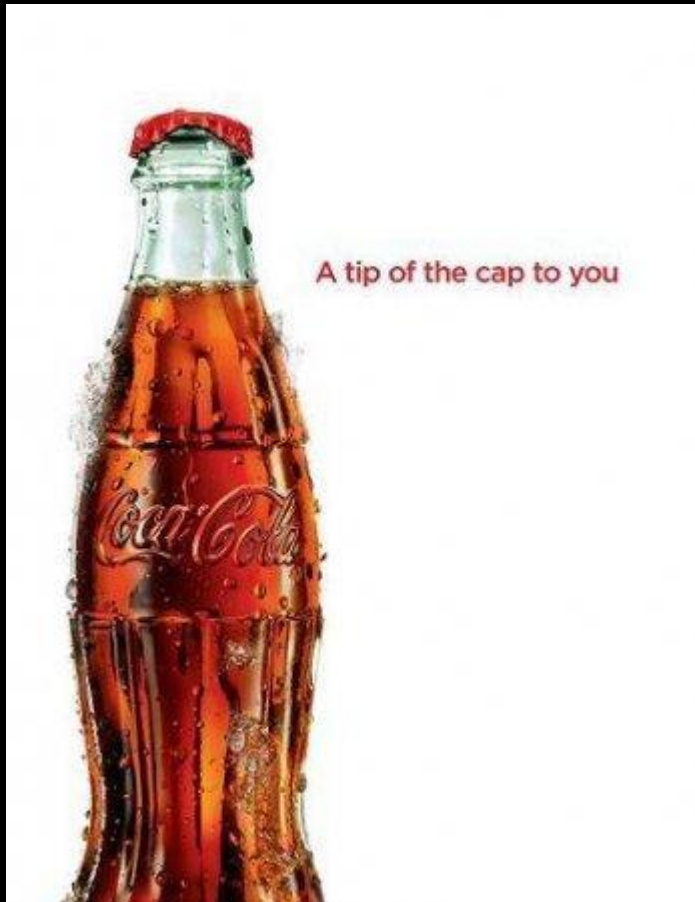


Как же в таких условиях  
выделиться на фоне остальных  
продуктов?





Создание сильного бренда – то,  
что обеспечит компании высокую  
жизнеспособность на рынке



Бренд – это больше,  
чем просто торговая  
марка, это товар +  
добавленные  
ценности

# Добавленные ценности входят в ореол продукта



Чем больше ореол продукта, тем более вероятно, что продукт будет существенно отличаться от конкурентов





ADDED VALUES

Добавленными ценностями могут  
быть имидж, обслуживание,  
дизайн, поддержка

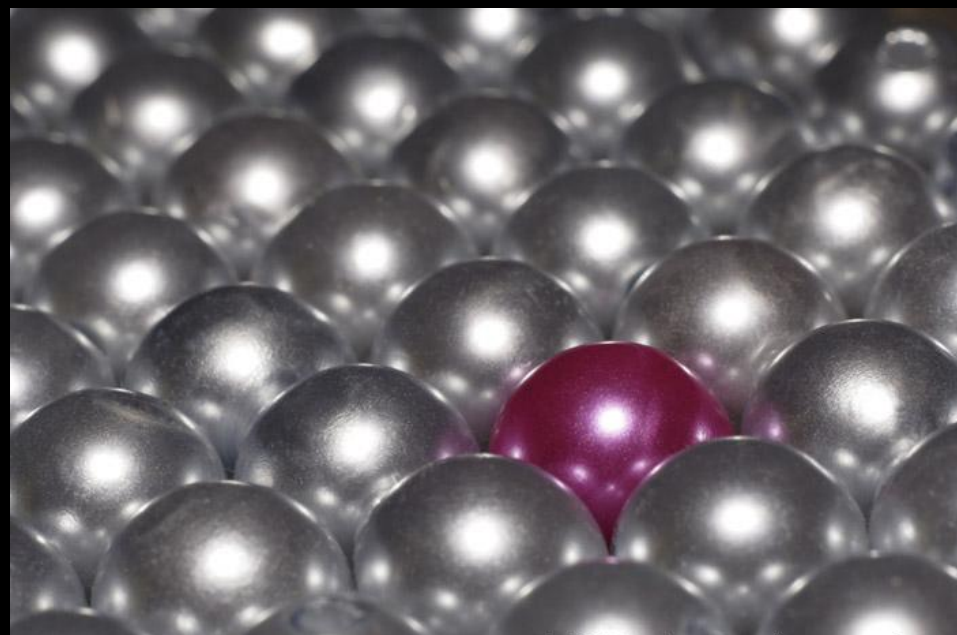
Например, узнаваемые золотые арки  
McDonalds





...или безопасность автомобилей Volvo

Бренд должен  
обладать  
конкурентным  
преимуществом,  
выделяющим его на  
фоне остальных  
продуктов





А содержащиеся в рекламе  
обещания должны  
соответствовать тому, что  
компания на самом деле  
может предложить  
потребителям



Например,  
подгузники  
Pampers в 60-х  
годах предложили  
новые  
преимущества, а  
реклама подробно  
рассказывала о них  
потребителям

PORSCHE



Сильный бренд должен обладать индивидуальностью, чтобы вызывать эмоциональную привязанность потребителей



Сильный бренд всегда широко представлен на рынке, как в масштабах одной страны, так, может быть, и всего мира



И, конечно же, бренд должен  
гарантировать потребителям  
стабильное качество товаров или  
услуг





Время «брендов  
для всех» уже  
прошло, поэтому  
сейчас у  
сильного бренда  
должна быть  
чётко  
определённая  
целевая  
аудитория



И, наконец, чтобы создать  
успешный бренд, нужна сильная  
команда менеджеров со  
стратегическим маркетинговым  
мышлением

Спасибо за внимание!