

СУЩНОСТЬ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ



1

Выполнили:
Золотарев Евгений
Красеньков Дмитрий

- **Бренд менеджмент — это сфера деятельности, направленная на применение различного рода маркетинговых техник по отношению к определенному продукту или бренду с целью повышение лояльности потребителя к товарам и повышения ценности бренда.**



- Управление брендом напрямую влияет на увеличение продаж и цены товара. В связи с этим в прямых обязанностях бренд-менеджеров входит и
- *ведение некой финансовой отчетности*
- и составление дальнейшего стратегического плана деятельности
- **и управления процессами в организации.**



Термин бренд менеджмент впервые появился в 1931 году, когда Нейл МакЭлрой, сотрудник Procter&Gamble, в своей служебной записке выдвинул предложение создания координально новых должностей. Сейчас каждую активно развивающуюся компанию уже не возможно представить без штатного бренд менеджера, который занимается вопросами повышения значимости компании в восприятии пользователей.



- Процесс бренд-менеджмента связан с маркетингом, поскольку решает задачи выделения отдельных марок в самостоятельные известные среди покупателей бренды, продвигая их в дальнейшем на рынок по средствам создания креативных рекламных объектов



Бренд-менеджмент - многоструктурный, обоснованный, выверенный и контролируемый комплекс мероприятий

По созданию торговой марки

Разработке дизайна упаковки

Рекламной аргументации

Проведению акций по стимулированию рынка



т.е. использование всего арсенала маркетинговых средств воздействия на потребителя. Управлять брендом - значит находить наиболее эффективный с точки зрения затраченных ресурсов способ добиться намеченного позиционирования товара, марки в сознании покупателя.

ЦЕЛЬ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА



создание долгосрочных взаимоотношений с потребителем

ЗАДАЧИ БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТА:

- создание бренда;
- поддержание и сохранение бренда.



Бренд-менеджмент - процесс комплексного управления торговой маркой, в которой маркетинг является лишь одной, хотя и весьма значимой составляющей. Базовые маркетинговые составляющие бренд-менеджмента:

разработка идеи бренда

планирование составляющих marketing mix
бренда;

исследования рынка и бренда;

планирование и контроль производства
товаров, объединенных брендом;

планирование, организация и проведение
рекламных кампаний;

контроль рентабельности бренда;

планирования и управления продажами;

маркетинг-менеджмент - синхронизации
деятельности всех подразделений фирмы
и всех сотрудников фирмы, вовлеченных
в различные действия, имеющие
воздействие на развитие бренда

бренд-трекинг;

БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ - МЕНЕДЖМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРАМИ И ПОТРЕБИТЕЛЯМИ.

Бренд-менеджмент - принцип управления, заключающийся в выделении отдельных брендов в самостоятельные объекты маркетинга, - стал общепринятым инструментом продвижения товаров на потребительский рынок. Бренд-менеджмент все больше из менеджмента управления товаром становится менеджментом потребителей, который должен осуществляться с высокой социальной ответственностью, с концентрацией внимания на рынке - на исследовании рынка, обслуживании потребителей и управлении качеством обслуживания.

