

БРЕНД ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ

Студ. Тонкошкурова Н.Ю.

Наук. керівник доц. Євсейцева О.С.

Київський національний університет технологій та дизайну

В загальному розумінні брендом називають комплекс понять, що узагальнюють уявлення людей про товар, послугу, підприємство чи особистість. Тим не менш у дослідників розходяться думки стосовно визначення бренду: для одних це назва, символ, дизайн, а для інших це популярна торгова марка чи товарний знак.

Взагалі, первинне поняття «бренду» було створене для позначення продукту або речі, а також для таврування великої рогатої худоби чи інших домашніх тварин. Але з розвитком комерції бренд став означати походження продукту та почав застосовуватися з метою відокремлення одного виробника від іншого, що виготовляли і випускали схожу продукцію. На сьогоднішній день бренд вживається для позначення виробника або продавця продукту чи послуги, а також широко використовується в комерції, маркетингу і рекламі.

Зазвичай бренди складаються з таких елементів як: ім'я компанії, продукції чи послуги, логотипу, слогану або фрази, графіки, форми, кольору, звуку, аромату, смаку і руху. Брендом можна назвати всі ті емоції, почуття і спогади, що виникають у людини, коли вона з ним стикається. Тому він повинен нести в собі позитивний образ, щоб людина була готова заплатити кошти саме за ваш бренд. Для цього потрібно придумати стратегію. Сьогодні хороша стратегія бренду – короткий і цікавий слоган, котрий буде зацікавлювати споживачів обрати саме ваш продукт чи послугу, а не конкурентів.

Дуже важливим є те наскільки відомий ваш бренд, наскільки ваш майбутній споживач знає про вас, адже невідоме майже не купують. Тому дуже важливо зробити правильну рекламу та розробити чіткий і запам'ятовуючий слоган. Наприклад, в деяких рекламних компаній топових брендів, про які прийшлося пошкодувати. У березні 2013 року автомобільна компанія Ford випустила провальну рекламу, за яку довелося вибачатися. Справа в тому, що агентство JWT India без узгодження з замовником випустило landingpage і медіа-креативи, в яких скандальний політик Сільвіо Берлусконі в багажнику свого автомобіля кудись відвозить пов'язаних і ледь одягнених дівчат. Найгірша комерційна реклама була розроблена в 2010 році для Mentos компанією Neogama / ВВН, в якій худа дівчина каже повній: «Я люблю відриватися з тобою, адже хлопці дивляться тільки на мене» і слоган: «Егоїзм без провини». Але Mentos відхилив проект за неприйнятний зміст. Але це не найгірше, що їм запропонували. В 2011 році компанія опинилась ще більш в делікатній ситуації. Цього разу агентство Ogily&Mather Mumbai запропонувало для Mentos рекламу, в якій чоловіки різними способами хочуть покінчити життя самогубством через нестерпно кислий смак Mentos.

Якщо розглядати український ринок реклами на даний момент, то зараз панує ера сірої, мейнстрімної реклами. Але, на жаль, на ринку дуже рідко зустрічається дійсно геніальна, запам'ятовуюча, ризикована програма. Багато компаній зараз забувають про те, що реклама є розважальним жанром. Дослідження та статистика доводить, що якщо ваша реклама сподобалась, запам'яталась, то висока вірогідність того, що споживач прийде і купить саме ваш товар чи скористається саме вашими послугами. Адже споживач завжди хоче отримати більше за менші гроші. Коли пропозиція дуже вигідна, більшість людей буде купувати товар, навіть якщо він їм не досить потрібен, особливо якщо цей товар буде брендовий. Отже, бренд – це не просто реклама чи маркетинг, це набагато більше. Це все те, що приходить в голову людині щодо продукту, коли вона чує і бачить його логотип. Бренди – це образні уявлення споживачів, збережені в їх пам'яті, що впливають на їх вибір продуктів і послуг в майбутньому.