

БРЕНДИНГ КАК ЧАСТЬ СИСТЕМЫ ЛОЯЛЬНОСТИ ПОКУПАТЕЛЕЙ

***Аннотация.** Проведение целого комплекса мероприятий по продвижению своего продукта среди потребителей требует высокой степени владения искусством особым инструментом маркетинга – брендингом. Он включает в себя прежде всего коммуникацию, то есть это помощь фирме в организации самой политики товаропродвижения. На данный момент самыми успешными брендинговыми агентствами являются «Coruna Branding» и «Volga Volga» – Санкт-Петербург, «Остров Свободы» из Москвы. Достойных результатов добилось казанское агентство «Грани».*

***Ключевые слова:** бренд, брендинг, конкуренция, продвижение, коммуникация, нейминг, позиционирование.*

BRANDING AS PART OF A SYSTEM OF CUSTOMER LOYALTY

***Abstract.** The performance of the whole complex of actions for promotion of the product among consumers requires a high degree of skills in a particular marketing tool - branding. It includes first of all communication, that is, the assistance to the firm in the organization of the policy tovarovedeniya. At the moment the most successful branding agencies are "Coruna Branding" and "Volga Volga" - Saint-Petersburg, the "Island of Freedom" from Moscow. Decent results were achieved Kazan Agency "Faces".*

***Keywords:** brand, branding, competition, promotion, communication, naming, positioning.*

Современные условия развития конкуренции, широкий ассортимент различного рода товаров на рынке заставляет предпринимателей в большей степени задумываться над вопросами: «Как продать, как заинтересовать покупателя?». Проведение целого комплекса мероприятий по продвижению своего продукта среди потребителей требует высокой степени владения искусством особого инструмента маркетинга – брендинга.

Прежде всего стоит обратить внимание на то, что различают понятия «бренд» и «брендинг». Термин «бренд» происходит от английского слова brand со значением «товарный знак, товарная марка, клеймо». Это юридически защищенный своего рода атрибут или символ какого-либо продукта или услуги, выражающий основную концепцию предприятия. Такой знак направлен на оптимальное проникновение в сознание широких масс. Логотип несёт в себе философию не просто товара в отдельности, а всей фирмы, он должен оказывать впечатление на потребителей, быть запоминающимся, что позволит увеличить спрос на предложенный продукт.

В свою очередь, действия владельца товарного знака по его продвижению и управлению называются брендингом. Стоит отметить, что брендинг имеет право на существование только в том случае, если данный товар или услуга имеет прототип на рынке, иначе брендинг не имеет смысла. Существует версия, по которой брендинг зародился еще в Древнем Египте, когда ремесленники оставляли клеймо на изготовленных ими кирпичках. Настоящий расцвет брендинга пришелся на вторую половину XX в. Это связано с различными причинами – появлением новой продукции, ростом объемов рынка, выходом на международный рынок, производством ранее не существовавших товаров.

Важно акцентировать сделать акцент на том, что большинство людей заблуждаются, представляя брендинг инструментом создания сугубо визуального образа предлагаемой

услуги. Брендинг включает в себя прежде всего коммуникацию, то есть это помощь фирме в организации самой политики товаропродвижения. Таким образом, брендинг – набор инструментов маркетинга и менеджмента, заключающийся в разработке торговой марки продукции, позиционирования и продвижения на рынок, обеспечения репутации, а также в регулярном мониторинге на соответствие определенной торговой марки требованиям рынка.

Процесс организации данного инструмента маркетинга представляет собой достаточно сложную последовательность определенных шагов. К ним относятся:

- 1) нейминг – процесс создания названия бренда;
- 2) описание бренда;
- 3) позиционирование - нахождение ценности в глазах покупателя;
- 4) выявление особенностей, которые позволяют бренду отличаться от конкурентов и удовлетворять потребности покупателей;
- 5) создание оформления бренда;
- 6) продвижение и популяризация бренда;
- 7) рекламная поддержка.

На сегодняшний день продвижение на российском рынке как международных, так и местных, национальных брендов происходит на основе функциональных преимуществ. Отечественные компании крайне редко используют в своей практике приём агрегатирования целевых сегментов. Сейчас почти не наблюдается брендов, связывающих покупателя с определённым образом жизни, какими-либо моральными устоями, ценностями. Причиной этому служит то, что чёткое позиционирование предполагает одновременное привлечение одной группы покупателей и отказ от другой, для которой данные ценности являются неуместными.

Среди некоторых руководителей фирм и специалистов в области маркетинга сложилось ошибочное мнение о том, что сделать выбор в пользу того или иного брендинг-агентства не требует особых усилий. Однако, на самом деле эффективный отбор брендинговых компаний – это сложное и трудоемкое занятие, но оно того стоит. По данным одного из интернет-исследований, на данный момент наибольшего доверия на рынке брендинговых агентств заслужили агентства из города Санкт-Петербург – «Corgna Branding» и «Volga Volga», а также в тройку лидеров вошёл «Остров Свободы» из Москвы. Приятно заметить, что и наша Казань не осталась в стороне и заняла достойную позицию в списке лучших. Компания «Грани» определяет позиционирование, занимается исследованиями и анализом аудитории, конкурентов, разрабатывает концепции брендов, стратегии коммуникаций и медиа-стратегии использования различных СМИ. Среди успешных проектов «Грани» особо можно выделить: Планета Фитнес, Мегафон, Татнефть, группа компаний «ГАИФ» и другие.

Что касается последних тенденций в области российского брендинга, то непременно с динамичным развитием инновационных технологий, да и на самом деле рынка в целом, покупатели становятся более избирательными в своём выборе. Сегодняшние потребители хотят иметь возможность взаимодействовать с брендами, требуя новых продуктов и услуг, и становятся активными участниками диалога. Таким образом, в 2016 году в области брендинга были заложены следующие новшества:

- 1) брендинг включает все больше «мягких» элементов; меньше внимания уделяется цвету, шрифту и образам, больше – ощущениям клиентов;
- 2) брендинг направлен на использование более человеческих атрибутов, для подключения эмоциональной связи с пользователями и потребителями;
- 3) бренды взаимодействуют с потребителями на более тесном уровне, приспособив своё предложение для удовлетворения личных потребностей;

- 4) брендинг исходит изнутри компании, всё чаще используется разработка идей самими сотрудниками компании.

Таким образом, искусство брендинга заключается в том, чтобы в лучшем свете представить товар своему клиенту, чтобы за относительно небольшой промежуток времени, он по достоинству оценил все плюсы данного товара и остановил выбор именно на нём. Однако стоит помнить, что обращение в брендинговое агентство – это серьёзный шаг. Поэтому обратившись за помощью, необходимо быть готовым к ещё большим объёмам работ.

Литература:

1. 9 мифов о российском брендинге // advschool.ru. URL: <http://www.advschool.ru/articles/article4819.htm> (дата обращения: 29.10.2016).

2. Ахметшин Э.М., Пантелеева В.В. Психология продаж в современном обществе //Риск-менеджмент в экономике устойчивого развития: материалы III Всероссийской научно-практической конференции студентов и молодых ученых с международным участием (10 декабря 2014 г.). Елабуга, 2015. С. 194-195.

3. Бренд – это технология или философия? // creative-technology.ru URL: <http://creative-technology.ru/blog/brend-eto-tekhnologiya-ili-filosofiya.html> (дата обращения: 29.10.2016).

4. Брендинг (брэндинг) // marketch.ru URL: http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_b/branding/ (дата обращения: 29.10.2016).

5. Брендинг в России. Топ-20 агентств в рубрике «Брендинг» РРАР-2016 // www.alladvertising.ru URL: <http://www.alladvertising.ru/top/branding/> (дата обращения: 29.10.2016).

6. Основные тенденции в брендинге в 2016 году // freelance.today URL: <https://freelance.today/trendy/osnovnye-tendencii-v-brendinge-v-2016-godu.html> (дата обращения: 29.10.2016).

7. Рейтинг брендинговых агентств // advertme.ru URL: <http://www.advertme.ru/rating/branding-agency> (дата обращения: 29.10.2016).