

БРЕНД – НАЙВАЖЛИВІШИЙ ЕЛЕМЕНТ У РОЗВИТКУ КОМПАНІЙ

Амурова О.В.

Науковий керівник - ас. каф. «Маркетингу» Златова І.О.

Виникає багато питань щодо створення бренду компанії, які в даний час набувають особливої актуальності. Якщо раніше для успішних продажів було достатньо тільки якісна продукція, то нині цього вже недостатньо. Споживач стає все більш вимогливим. До того ж посилюється конкуренція, щоб виділитися необхідно позиціонувати себе, надавати споживачеві крім продукції, послуги ще і нематеріальні вигоди - впевненість в якості, спрощення прийняття рішення про купівлю та ін. Ці та інші нематеріальні вигоди компанія може надати покупцю за рахунок розвитку свого бренду. Процес створення бренду і керування ним називається брендингом. Він може містити в собі створення, посилення, відновлення і зміну стадії розвитку бренду, його розширення і поглиблення. Брендинг визначається як сукупність дій фірми, направлених на реалізацію певної стратегії просування її товарів і послуг, тобто на створення бренду. Така стратегія має бути сформована з перших днів існування підприємства і виконуватися впродовж всієї його подальшої діяльності. Питання брендингу є дуже актуальним для України на даному етапі. Сильний, вдалий бренд для вітчизняного виробника спростить процедуру вибору товару споживачем, захистить виробника в процесі роботи з партнерами, дозволить діставати до датків прибуток, ідентифікує компанію-виробника й інші її товари серед товарів конкурентів, полегшить вихід виробника з новими товарами на суміжні ринки, створить інвестиції в майбутнє, розвине цілі галузі виробництва і категорії товарів, забезпечить емоційний зв'язок з покупцем, стане історією, якій ніколи не буде кінця.