

## Брендинг

Демиденко В.А.

Научный руководитель старший преподаватель Марцева С.В.  
Белорусский национальный технический университет

Брендинг – это деятельность, направленная на создание уникального имени и образа продукта в глазах потребителей. Как правило - с использованием рекламных кампаний с продуманной стратегией и четко выбранной подачей.

Брендинг нацелен на то, чтобы создать устойчивые ассоциации к продукту и отличить его от конкурентов на рынке, для привлечения клиентов и поддержания их лояльности. Бренд возможно охарактеризовать как компанию, услугу, продукцию или человека, у которых есть личность.

Цель брендинга – создание четкого образа бренда и четкое формирование направления коммуникаций.

Брендинг включает в себя работы по исследованию рынка, позиционированию продукта, созданию имени (brand name), дескриптора, слоган, системы визуальной и вербальной идентификации (товарный знак, фирменный стиль, упаковка, специальные звуки и т.д.), использованию идентификационных и коммуникационных носителей, отражающих и транслирующих идею бренда.

Основные этапы брендинга:

- анализ рыночной ситуации, целевой аудитории;
- планирование (формулирование сущности бренда, позиционирование товара;
- разработка стратегии управления брендом);
- строительство бренда (создание системы визуальной и вербальной идентификации; разработка бренд-имиджа; создание комплекта документов бренда);
- продвижение бренда (использование интегрированных маркетинговых коммуникаций для создания прочных отношений между потребителями и брендом);
- мониторинг бренда и оценка эффективности действий.

Успех брендинга обеспечивает качество товара, точность и понятность образа для целевой аудитории бренда, силу рекламных воздействий, а также укрепляет репутацию компании-производителя.