

КОНКУРЕНЦИЯ БРЕНДОВ

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛА
СТУДЕНТКА ГРУППЫ 220
ИЗМАЙЛОВА АРИНА

ПОНЯТИЯ

Конкуренция – это соперничество разных экономических субъектов за лучшие условия на рынке.

Бренд - атрибут фирмы/товара, отражающие индивидуальность, привлекающие внимание клиентов и создающие имидж фирме, способствуя продвижению товара на рынке и созданию хорошей репутации.

ФУНКЦИИ БРЕНДА:

- Идентифицирует фирму и ее товары на рынке;
- Позволяет создавать ценовую премию и обеспечивает дополнительную прибыль;
- Формирует потребительскую лояльность;
- Быстрее позволяет восстанавливать положение после кризисов;
- Развивает новые категории товаров и отрасли.

ФУНКЦИИ КОНКУРЕНЦИИ:

- Выявляет или устанавливает рыночную стоимость товара;
- Выравнивает индивидуальную стоимость и распределяет прибыль в зависимости от различных затрат труда;
- Регулирует распределение средств между отраслями и производствами.

ЦЕЛЬ КОНКУРЕНЦИИ БРЕНДОВ?

- Получение дохода другого бренда;
- Получение превосходства на рынке;
- Увеличение продаж и прибыли;
- Переключение потребителей с другого бренда на свой.

РЕКЛАМА, БРЭНДИНГ

Реклама и брендинг – одни из наиболее эффективных средств в «войне брендов». Именно. С их помощью потребители узнают о фирмах, о новой продукции. Рекламируя что-то позитивное, актуальное и близкое для потребителей, бренд автоматически становится популярным.

Одним из ярких и наиболее известных примеров рекламы, в которой владельцы конкурирующих компаний подшучивают над своими соперниками, являются билборды, видеоролики автокомпаний Mercedes, BMW и Audi.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Конкуренция брендов – одна из самых сложных «войн», в которой необходимо не только интересно прорекламирровать новый товар, но и для большей эффективности задеть, подшутить над конкурентами, не переходя грань. У каждого потребителя связана определенная ассоциация с каждым брендом, которая определенным образом характеризует товар.

Конкуренцию брендов можно без преувеличения назвать очень сложной и рискованной задачей современного бизнеса, поскольку от этого зависит судьба бренда, доход, количество потребителей и самое главное – прибыль.

КОНКУРЕНЦИЯ БРЕНДОВ

РАБОТУ ВЫПОЛНИЛА
СТУДЕНТКА ГРУППЫ 220
ИЗМАЙЛОВА АРИНА