

A red coffee cup filled with coffee sits on a matching red saucer. To the left, several coffee beans are scattered on a dark surface, along with a few autumn leaves in shades of red and green. In the center, a red spiral-bound notebook is open, showing a blank white page. The background is a dark, textured surface.

Запитання для роздумів

1) Американська компанія Mars успішно керує понад 60-ма брендами, в тому числі регіональними марками. В першу чергу це відомі на весь світ шоколадні батончики Mars, Snickers і Bounty, молочне суфле в шоколаді Milky Way, печиво в шоколаді Twix і Topic, драже з шоколадом M&M's, фруктові драже Skittles, карамель з ментолом і евкаліптом Tunes. Проте мало хто знає, що та ж компанія є найбільшим світовим виробником різноманітних кормів для домашніх тварин: Pedigree, Chappi і Cesar для собак, Whiskas, Kit-e-Kat і Sheba для котів, Trill для птахів, Aquarian для рибок, закусок для коней Winegry і навіть наповнювачів для котячих туалетів Catsan. Як ви вважаєте, чому було вибрано такий підхід до просування торгових марок?

Запитання для роздумів

2) Чому виявилися невдалими наступні торгові марки:

- комп'ютери Xerox Computer;
- обчислювальні машинки Singer;
- креми для обличчя Gillette?

Запитання для роздумів

3) Згадайте три торгові марки певної товарної категорії. Чи має кожна з них своє обличчя, свою особистість? Чи можна замінити їх одна на іншу без будь-яких наслідків?





КЕЙС

Моделювання перспектив бізнесу. Зворотний бік успіху

Нижче наведено приклади з історії модного бренду Burberry та онлайн-магазину Amazon.com.

Подумайте і визначте:

1. Що покращила модернізація бренду?
2. Що вона замістила чи зробила менш бажаним?
3. Що вона відновила?
4. Якими були негативні наслідки?

«Burberry»

1) Компанія «Burberry» суттєво реформувала свій бренд наприкінці 1990-х років. За 150 років свого існування її фірмовими знаками стали тренч і клітчастий візерунок. Вони асоціювалися з британським вищим класом. Однак цей бренд вважали занадто консервативним, і в 1980-х він почав стрімко втрачати свою популярність.

До 1997 року прибутки компанії зменшилися з 37 млн до 25 млн фунтів стерлінгів. Генеральна директорка Роуз Марі Браво вирішила модернізувати бренд. Дизайнери оновили асортимент одягу, а зірка Кейт Мосс стала новим обличчям бренду.

Компанія «Burberry» намагалася зберегти свої основні цінності — якість та ексклюзивність — з акцентом на сучасності. У 2005 році прибуток компанії зріс у шість разів. Проте, були й негативні наслідки – з'явилося багато підробок. Компанія почала цьому протидіяти, зокрема скоротила використання популярного клітчастого візерунку і зупинила продаж дешевших кепок «Burberry».





Компанія Amazon.com

2) Компанія Amazon.com відкрилась у США 1994 року як онлайн-книгарня. Відтоді її асортимент розширився і тепер охоплює музику, фільми, ігри та інші товари. Проте останніми роками репутація компанії погіршилась через неетичну практику уникання податків, негативний вплив її низьких цін на локальні роздрібні магазини, а також випадки поганого поводження зі співробітниками.