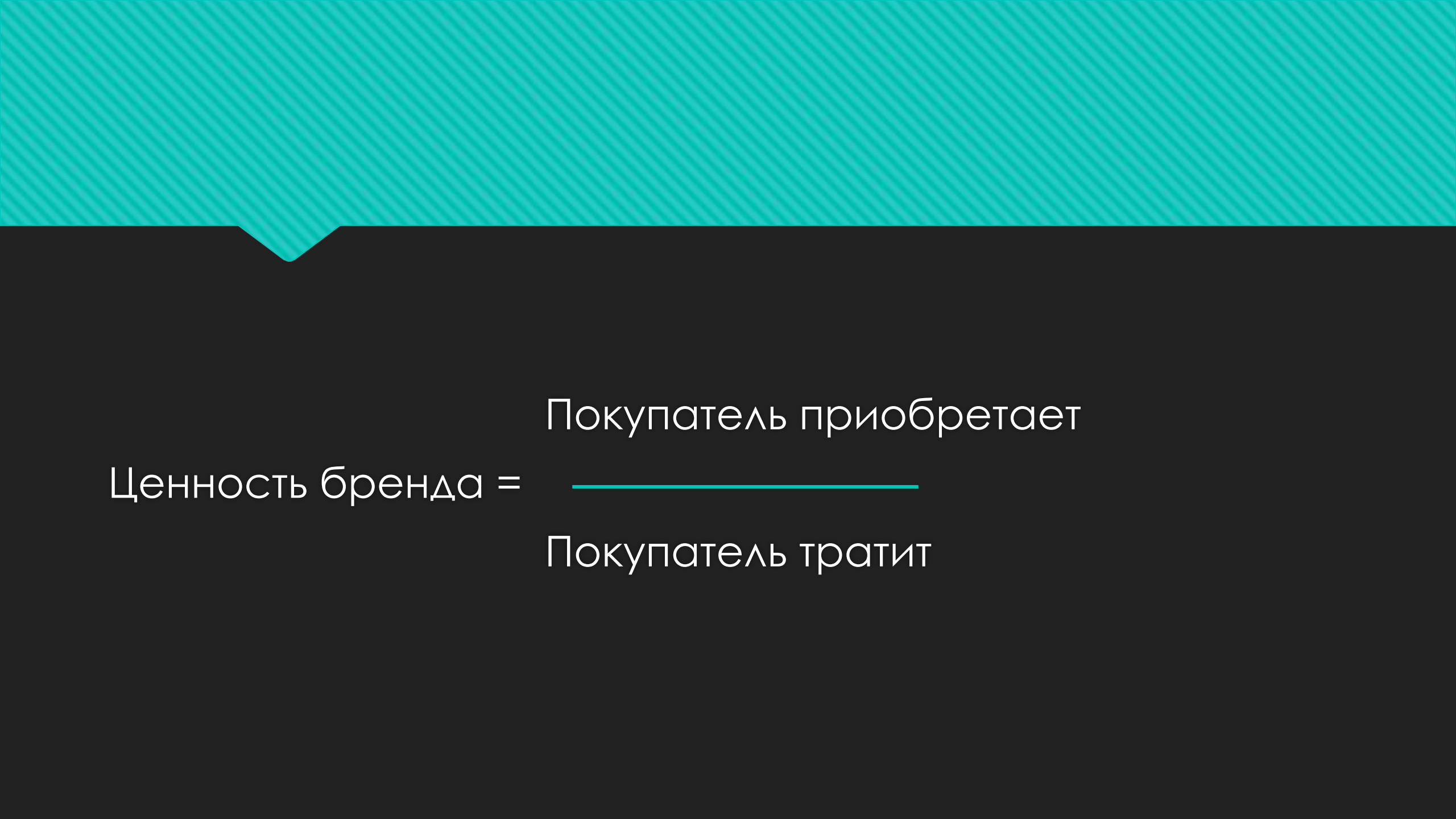


Затраты на приобретение бренда

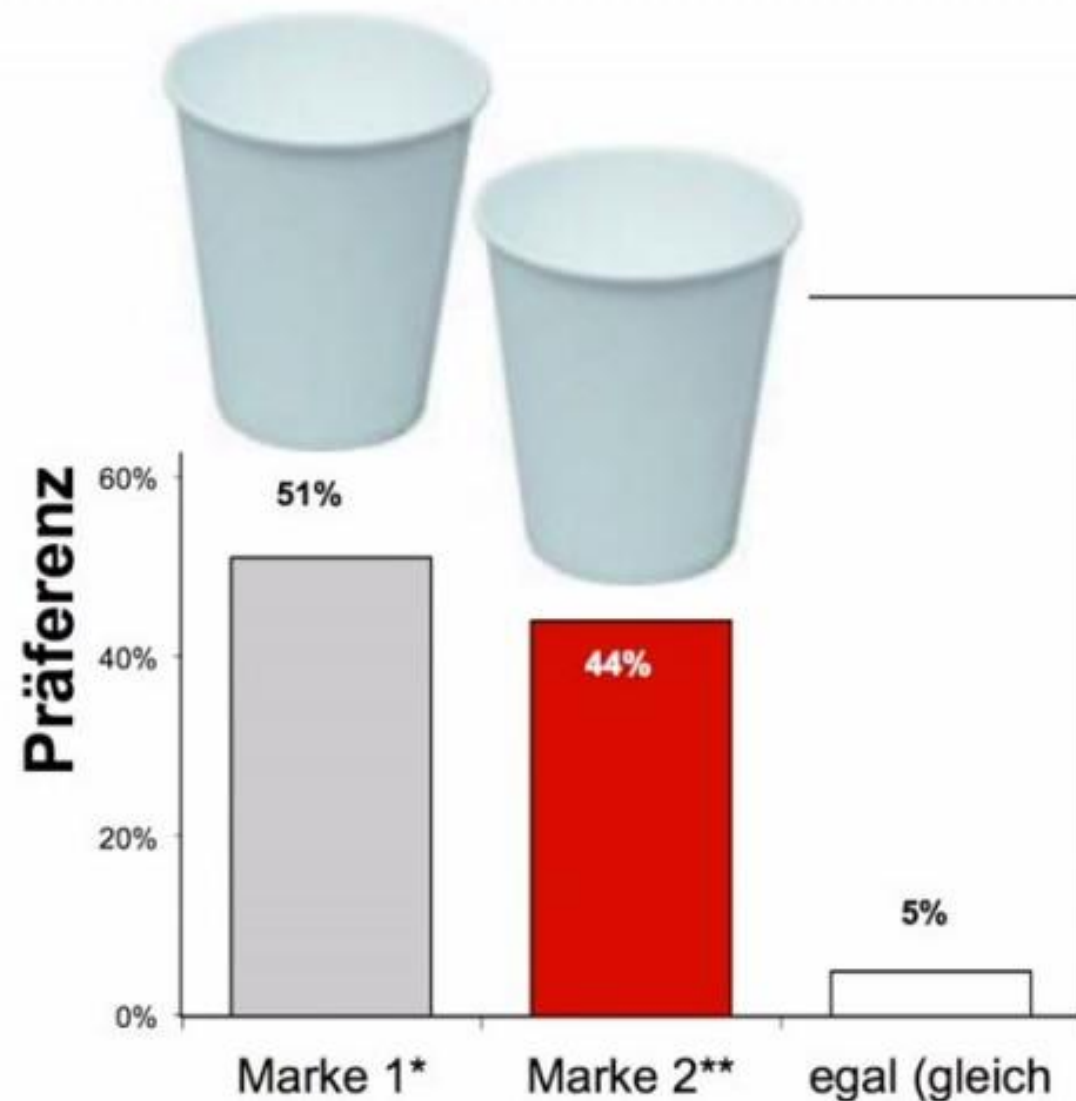
- Деньги
- Время


$$\text{Ценность бренда} = \frac{\text{Покупатель приобретает}}{\text{Покупатель тратит}}$$

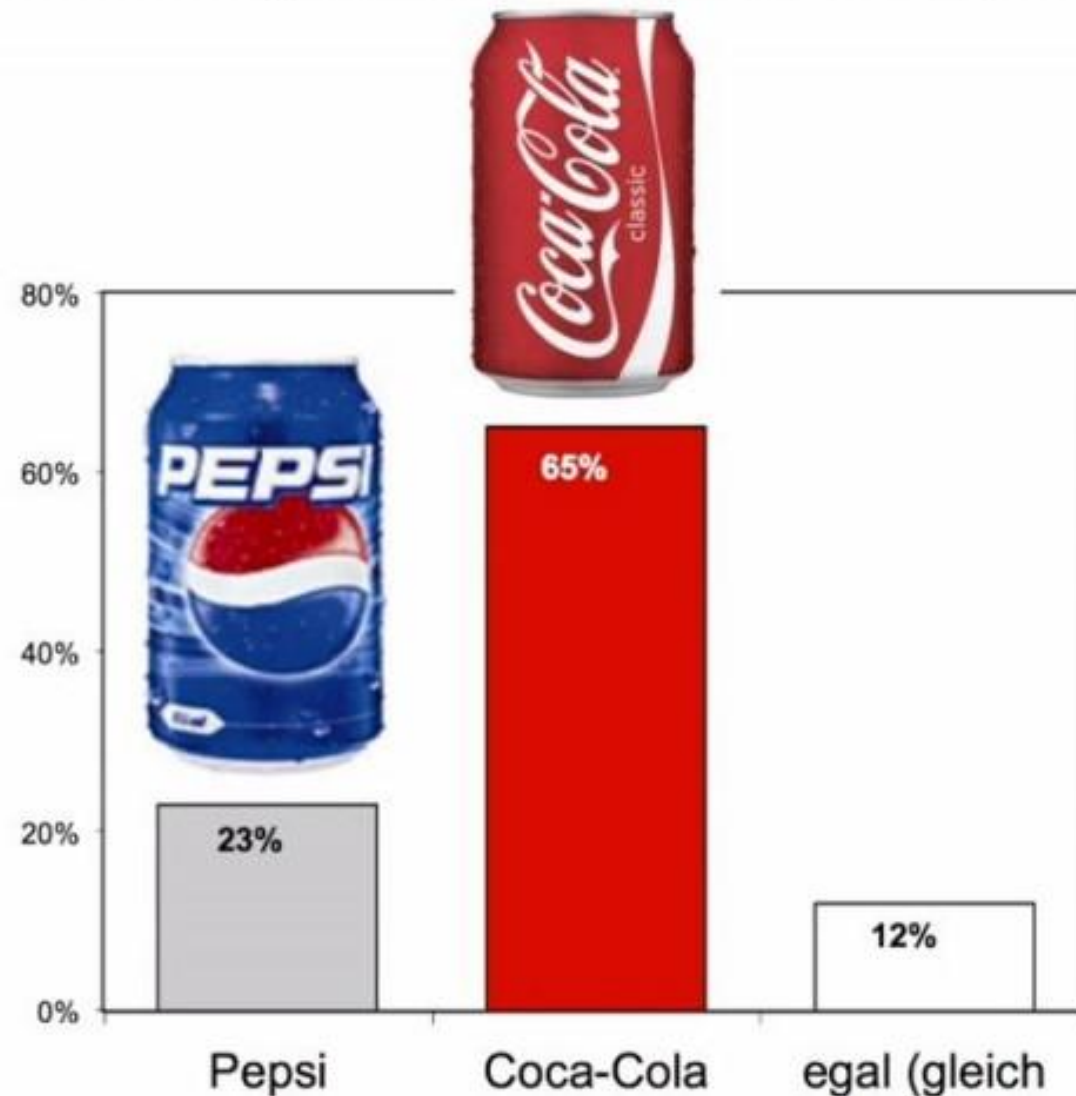
Выгоды от приобретения бренда

- Базовые – функциональные
- Дополнительные –
эмоциональные, символичные
(личное самовыражение,
социальное одобрение)

Blindtest



Offener Test (mit Darbietung der Marken)



Функции бренда для потребителя

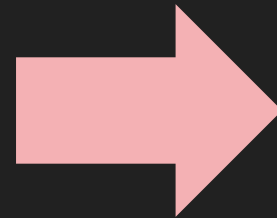
- Предложение ценности
- Доверие к бренду





1.3. Бренд во временной перспективе

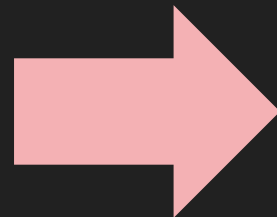
традиционный маркетинг



традиционный брендинг

эмпирический маркетинг

The diagram consists of two red rounded rectangular boxes on a black background, connected by a light red arrow pointing from left to right. The top of the image features a teal background with a white diagonal line pattern.



новаторский брендинг



Позитивное впечатление

- Погружение
- Интрига
- Информирование
- Воображение







Быстров[®]





1
BREATH
LETTE

2
BREATH
PALETTE

3
BREATH
PALETTE

4
BREATH
PALETTE

5
BREATH
PALETTE

6
BREATH
PALETTE

7
BREATH
LETTE

8
BREATH
LETTE

9
BREATH
LETTE

0
BREATH
LETTE

1
BREATH
LETTE

2
BREATH
LETTE

3
BREATH
LETTE

4
BREATH
LETTE

5
BREATH
LETTE

6
BREATH
LETTE

7
BREATH
LETTE

8
BREATH
LETTE

Anise

Tropical Pineapple

Peppermint

Poshness Yogurt

Labanum Candles

Blueberry

Mango

Sweet Bread

Cinnamon

Caramel

Vanilla

Strawberry

Cherry

Apple

Pineapple

Orange

Lemon

Lime

29
BREATH
PALETTE

30
BREATH
PALETTE

31
BREATH
PALETTE

Citrus

Pumpkin

Pastry

Put some flavor in your life
BREATH PALETTE

1.4. Классификация брендов

- Бренд фирмы-производителя
- Совместный бренд, ко-бренд
- Частная торговая марка, бренд торговца



Частные ТМ

- Марки дистрибьютора
- Магазиновые марки



Рамстор

TESCO



Corn flakes

Fortified with vitamins and iron



TESCO

Choco snaps

Fortified with
vitamins and iron
now covered in
real milk chocolate



Преимущества?

Недостатки?

Частные ТМ

- Экономкласса
- Имиджевые/нишевые
 - Инновационные
 - Статусные, класса премиум







Sainsbury's
Taste the Difference

2 PASSION FRUIT
& BELGIAN DARK
CHOCOLATE TORTES

New



2 PASSION FRUIT
& BELGIAN DARK
CHOCOLATE TORTES



1 torte

Keep refrigerated

Use by

Carrefour



Верхние полки - 62%
Средние полки - 100%
Нижние полки - 48%



«Золотая полка»

«Золотая полка» располагается на высоте:
90-145 см от пола для женщин, 97-152 см от пола для мужчин







SHARP

超慢烹调 SLOW COOK	解冻 DEFROST		
暂停/取消 STOP/CLEAR	自动烹调 AUTO COOK	份量 QUANTITY	时钟 CLOCK
10分 10 MINUTES	1分 1 MINUTE	15秒 15 SECONDS	

- 自动烹调指南
1. 米饭 Rice
 2. 白粥/滚白粥 Congee/Porridge
 3. 蒸鱼 Steam Fish
 4. 蔬菜 Vegetables
 5. 焗薯仔 Baked Potatoes
 6. 焗肉排包 Baked Bread

singaporesupermarketrecipes.com



190
CALORIES
PER 1 CUP

Campbell's
CHUNKY
Soup That Eats Like A Meal

NEW!

**BAKED POTATO WITH
CHEDDAR & BACON BITS**
MADE WITH FRESH BAKED POTATOES





100
ИМПЕРАТОРСКИЙ ЧАЙ
ЭЛИТНЫЙ
Живите силой природы
ЗЕЛЁНЫЙ ЧАЙ

100
ИМПЕРАТОРСКИЙ ЧАЙ
ЭЛИТНЫЙ
ЗЕЛЁНЫЙ ЧАЙ
Живите силой природы
ПРИРОДНЫЕ
ИСТОЧНИКИ ВИТАМИНОВ
И АНТИОКСИДАНТОВ

ИМПЕРАТОРСКИЙ ЧАЙ
ЭЛИТНЫЙ
ЗЕЛЁНЫЙ ЧАЙ

100
ИМПЕРАТОРСКИЙ ЧАЙ
ЛИМОН
ЧЕРНЫЙ ЧАЙ
Живите силой природы
ПРИРОДНЫЕ
ИСТОЧНИКИ ВИТАМИНОВ
И АНТИОКСИДАНТОВ

100
ИМПЕРАТОРСКИЙ ЧАЙ
Классический Индийский
Живите силой природы
Классический Индийский
ЧЕРНЫЙ ЧАЙ
ЛИМОН
ЧЕРНЫЙ ЧАЙ

100
ИМПЕРАТОРСКИЙ ЧАЙ
Жасмин с Магнолией
Живите силой природы
ЗЕЛЁНЫЙ ЧАЙ

ИМПЕРАТОРСКИЙ ЧАЙ
Жасмин с Магнолией
ЗЕЛЁНЫЙ ЧАЙ
Живите силой природы
ПРИРОДНЫЕ
ИСТОЧНИКИ ВИТАМИНОВ
И АНТИОКСИДАНТОВ

ИМПЕРАТОРСКИЙ ЧАЙ
Жасмин с Магнолией
ЗЕЛЁНЫЙ ЧАЙ

ΠΕΡ  **ΚΡΕΣΤΟΚ**



Рамстор



2. Марочный капитал и его активы

2.1. Концепции марочного капитала

Аспекты КБ Фелдвика

Имидж,
осведом
ленность

Лояльнос
ть

Стоимос
ть

Источники КБ для потребителей Келлера

- Осведомленность о бренде
 - Глубина
 - Широта
- Ассоциации с брендом
 - Сила
 - Благоприятность
 - Уникальность

Источники КБ для компании Аакера

- Осведомленность о бренде
- Лояльность бренду
- Воспринимаемое качество бренда
- Ассоциации с брендом

2.2. Осведомленность о бренде

Осведомленность о бренде

Это способность покупателя идентифицировать ТМ внутри данной товарной категории в той мере, чтобы принять решение о покупке

- Основа для формирования целостного образа бренда
- Предпосылка, обуславливающая выбор бренда
- Платформа для создания отношения (предрасположенности) к бренду

Когнитив-
ный

Поведен-
ческий

Аффек-
тивный

Виды осведомленности

- Узнавание
- Вспоминание
- Приоритетное вспоминание
- Доминирование

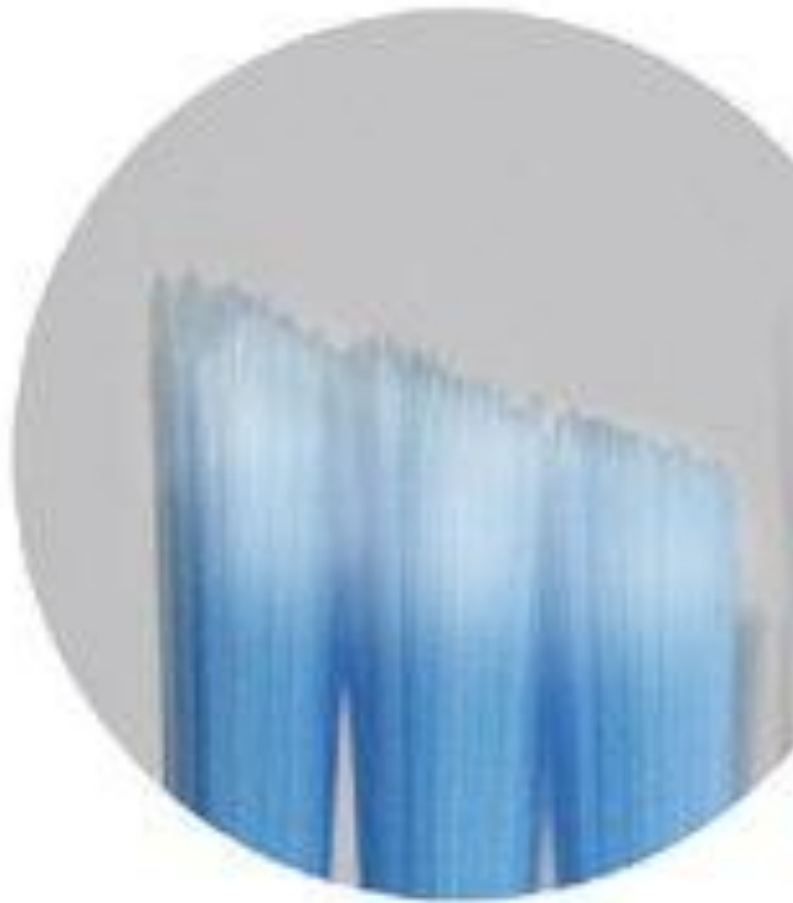


xerox





ДО



ПОСЛЕ

СХЕМА ПРИГОТОВЛЕНИЯ КИСЛОРОДНОГО КОКТЕЙЛЯ:

