

Методы создания успешного бренда

Пеньковский Михаил

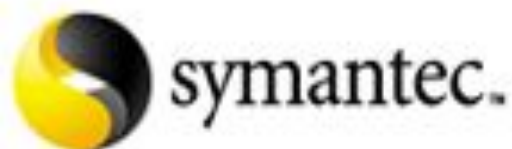
Коммерческий директор, Agnitum Ltd.

План доклада

- Что такое бренд?
- С чего начать?
- Технология создания бренда
- Поддержка эффективности бренда

Что такое бренд?

Что общего у ЭТИХ КОМПАНИЙ?



СИЛЬНЫЙ БРЭНД!



Определение бренда

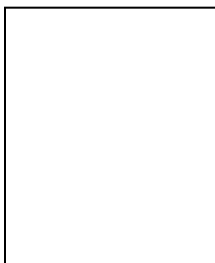
Бренд – определенная «сущность», несущая в себе набор «ценных» эмоциональных и информативных обещаний

Преимущества сильного бренда

- **Дополнительный козырь в конкурентной борьбе**
- **Повышение ценности/стабильности вашего продукта/компании**
- **Воздействие на принятие решения о покупке на уровне эмоций (доверие)**

Принятие решения о покупке:

Слабый бренд



← Субъективный выбор качества/цены

Сильный бренд



← Выбор бренда

← Субъективный выбор качества/цены

Направления воздействия бренда



С чего начать?

Оценка текущей ситуации

- **Анализ конкурентов и преимуществ их услуг/продуктов**
- **Уникальность вашей услуги/продукта**
- **Кто ваши пользователи?**
- **Для чего/почему они используют ваш продукт?**
- **Почему отказываются от вашего продукта?**

Определение целей

- **Определение стратегического «видения» вашей компании/продукта**
- **Определение ключевых целей для достижения «видения»**
- **Определение характера бюджета**

Технология создания брэнда

Этапы создания бренда

- **Позиционирование**
- **Фокусировка**
- **Стратегия бренда**
- **Обещания бренда**

Позиционирование

- **Уникальность вашего продукта/услуги**
 - **Эмоциональное позиционирование**
 - **Позиционирование по «техническим» характеристикам**

Пример позиционирования: NOD32 Antivirus



- самым высокий уровень обнаружения вирусов
- самый быстрый и нетребовательный к ресурсам антивирус

-У меня не будет проблем с вирусами

-У меня не будет проблем с производительностью ПК

Фокусировка

- По уровню знаний пользователя (новичок, пользователь, продвинутый, профи)
- По возрасту/полу пользователя (подростки/молодежь/зрелые/пожилые)
- По месту использования (дом/офис)
- По территории распространения (США/Европа/Азия/весь Мир)

Пример фокусировки: Sophos Antivirus



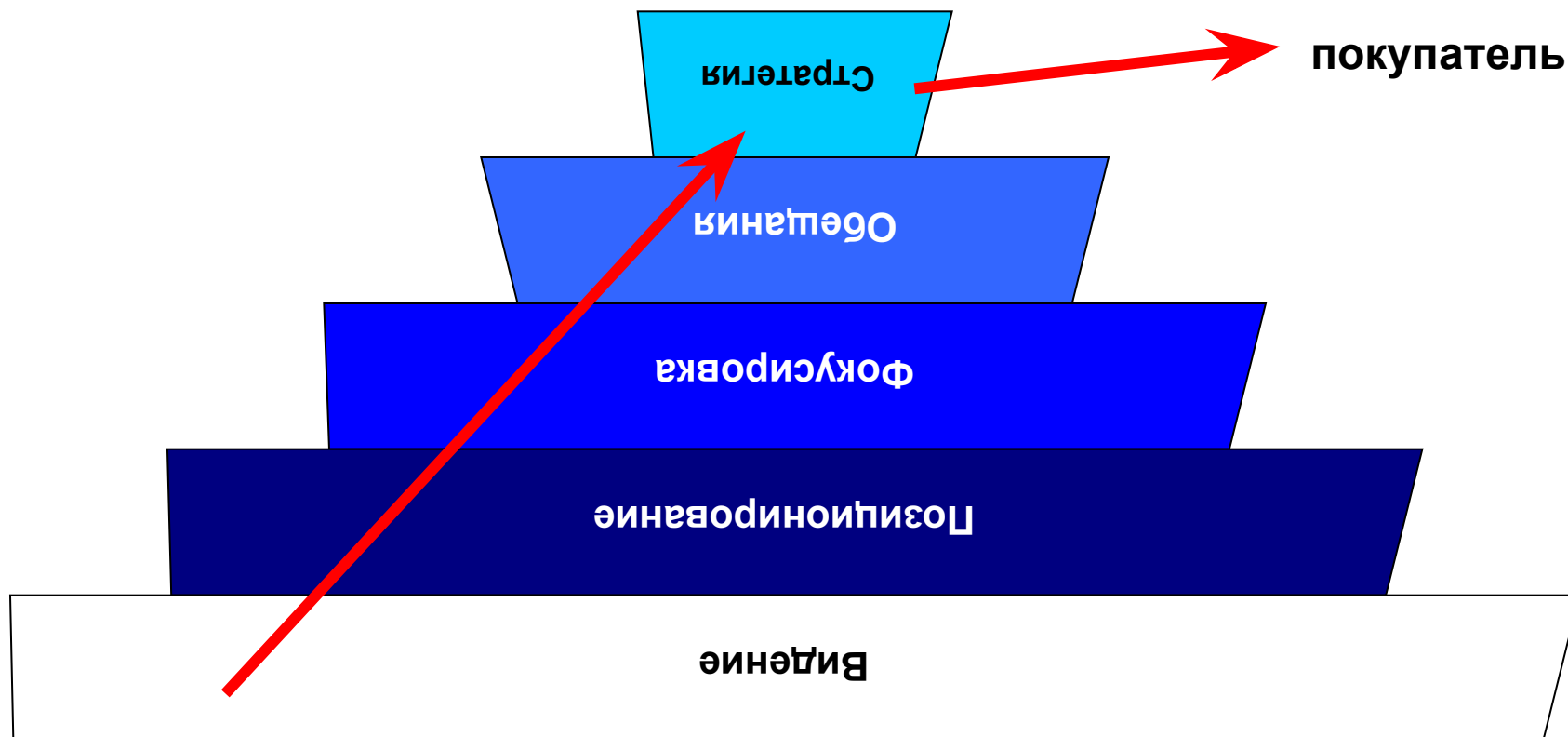
- Тип пользователя: корпоративные пользователи (малый/средний/крупный бизнес)
- Место использования: Офис

Обещания бренда

- **Эмоциональные обещания**
- **Технические обещания**

Стратегия бренда

- **Ценообразование (единое/локальное)**
- **Схема дистрибуции**
- **Стратегия продвижения**
- **«Упаковка»
(название/слоган/описание/дизайн)**
- **«Начинка»
(технические свойства)**



Поддержка эффективности бренда

Поддержка эффективности бренда

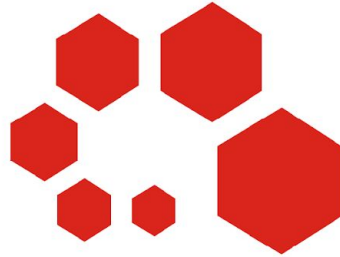
- **Создание Brand-book**
- **Контроль следования стратегии бренда дистрибуторами/партнерами**
- **Выполнение обещаний бренда**
- **Ориентация «промоушен»/PR активности на обещания бренда**
- **Поддержка связи бренда с клиентами**
- **Мониторинг (рынка/пользователей)**

Выполнение обещаний бренда

- Ориентирование процесса разработки продукта на выполнение обещаний бренда
- Комплекс маркетинга, доказывающий выполнение обещаний (веб-сайт, тематические порталы, white-papers, пресс-релизы и тд)

Поддержка связи бренда с клиентами

- **Осведомленность**
(декларирование о
существование/позиционирование/
фокусировке)
- **Потребность**
(декларирование обещаний)
- **Лояльность**
(выполнение обещаний)



agnitum

taking care of your security

Спасибо за внимание!