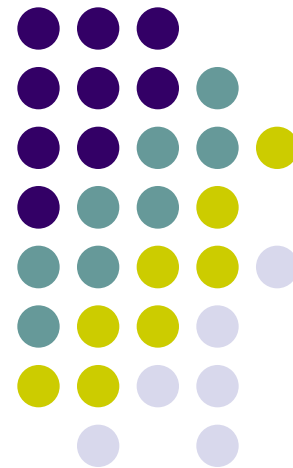


# Дилеммы бренд-менеджмента

Расширение бренда  
Позиционирование и  
перепозиционирование бренда  
Оживление бренда  
Ликвидация бренда



# Расширение бренда





# Расширение бренда

- Причины расширения
  - Увеличение бренд-капитала
  - Минимизация маркетинговых затрат
  - Защита бренда
  - Возможность отойти от моно продукта
- Угрозы расширения
  - Потеря связи с основной идентификацией бренда
  - Разрушение ценностей бренда
- Эластичность бренда



# Расширение бренда

- Простые варианты расширения
  - В рамках товарной линейки
  - В рамках товарной категории
- Более сложные варианты
  - В рамках смежной товарной категории
  - Комплиментарные товары
  - Более дешевые товары
- Наиболее сложные варианты
  - В разных товарных категориях

# Бренд принадлежит потребителю: пример «Новой Кока-колы»



# Самоубийство бренда





# Самоубийство бренда



# Примеры расширения бренда





# Примеры расширения бренда



BIC



orange



# Примеры расширения бренда



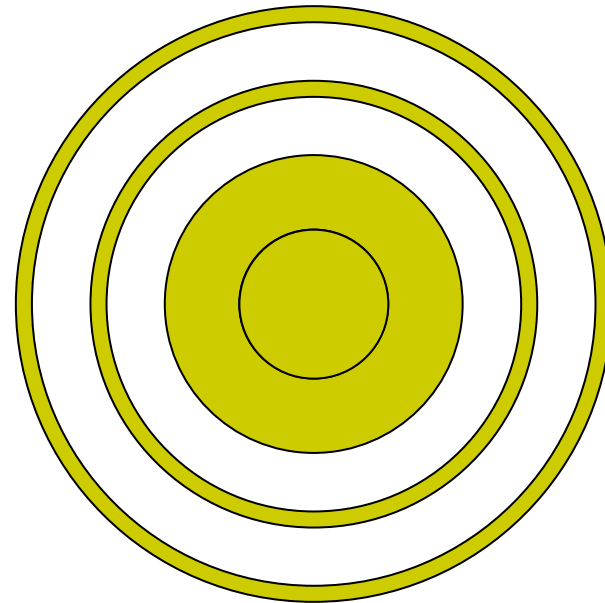
# Примеры расширения бренда



# Зоны расширения бренда

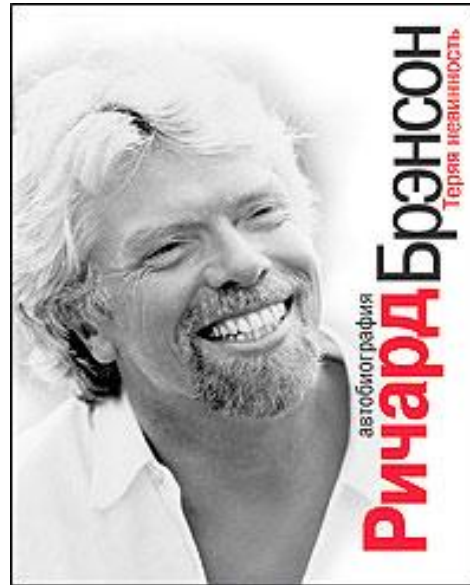


- 1 – Расширения первого круга - в пределах товарной линии
- 2- Расширения второго круга - спонтанные ассоциации
- 3 – Расширения третьего круга - дремлющий потенциал
- 4 – Запретная зона - угроза бренд-капиталу



1  
2  
3  
4

# Примеры расширения бренда



# Пример не сработал



*Измени себя!  
Стань  
богатым!*

# Перепозиционирование бренда



- Уточнение имиджа, интеграция коммуникаций
- Концентрация на новых атрибутах или способах использования
- Позиционирование бренда на новый сегмент потребителей



## Стратегия:

- **Разработка местных брендов лидеров**
- **Инвестиции в инновации**



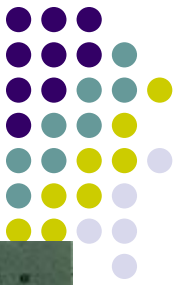


# Оживление "пыльного" бренда

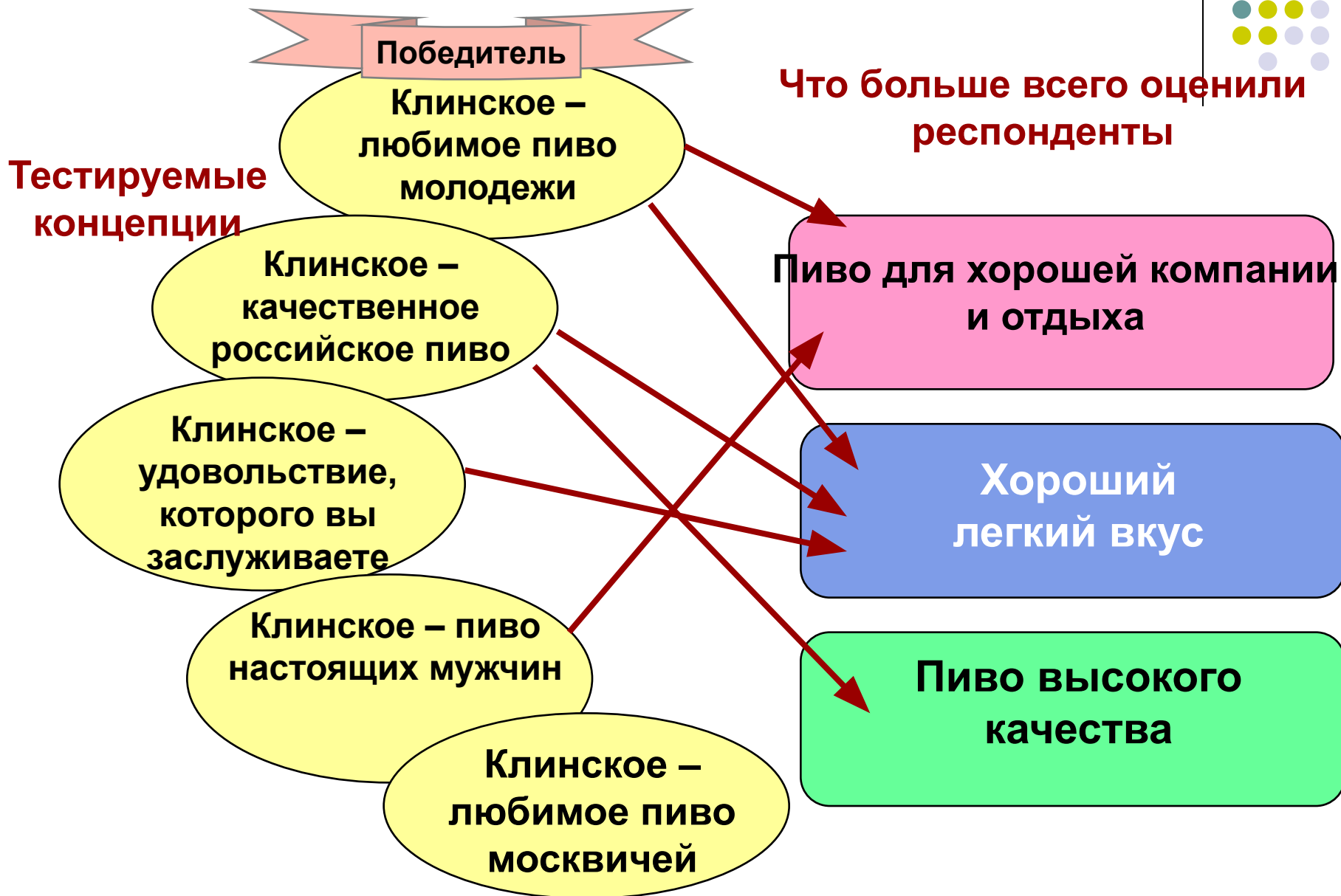


- **1981** – Клинское пиво начали производить после визита группы пивоваров из Клина в Словакию в город Бенешов для обмена опытом
- Пиво вскоре завоевало популярность в Москве и области
- **1999** – Клинскую пивоварню купила компания Sun Interbrew
- Положение пива «Клинское»:
  - Образ советского продукта
  - Хорошая сеть дистрибуторов в Москве и области

# Разнообразие этикеток



# Определение позиции бренда:



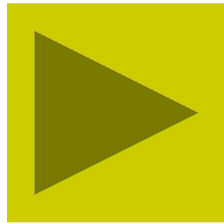
# Целевая группа определена.



- **Напиток для молодых современных жителей городов для поднятия настроения и утоления жажды, когда они собираются и развлекаются вместе с друзьями**

**Напиток и времяпровождение для крутой компании**

# Реклама брэнда 2001



# Реклама «Клинского»



# Создание интерактивности бренда



# Создание интерактивности бренда





# Новый вид ... новая упаковка



Брендинг продолжается

# Брендинг - это роман с потребителем



- Экономика дефицита: если есть товар, будет и потребитель
- Потребитель – источник прибыли: адаптация товара к нуждам потребителя
- Роман с потребителем: угадываем его желания

# ...роман не кончается



# Задание на семинар

- Приведите российский пример расширения бренда
  - Удачный
  - Неудачный
- Приведите пример репозиционирования бренда