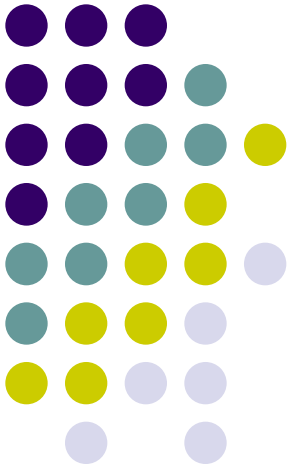
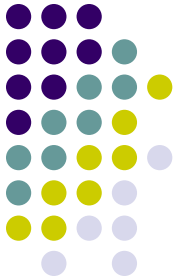
Дилеммы бренд-менеджмента

Расширение бренда
Позиционирование и перепозиционирование бренда
Оживление бренда
Ликвидация бренда



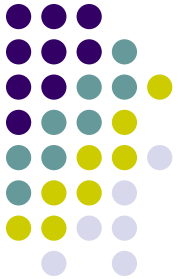
Расширение бренда

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

Oldsmobile.

Самоубийство бренда

Примеры расширения бренда

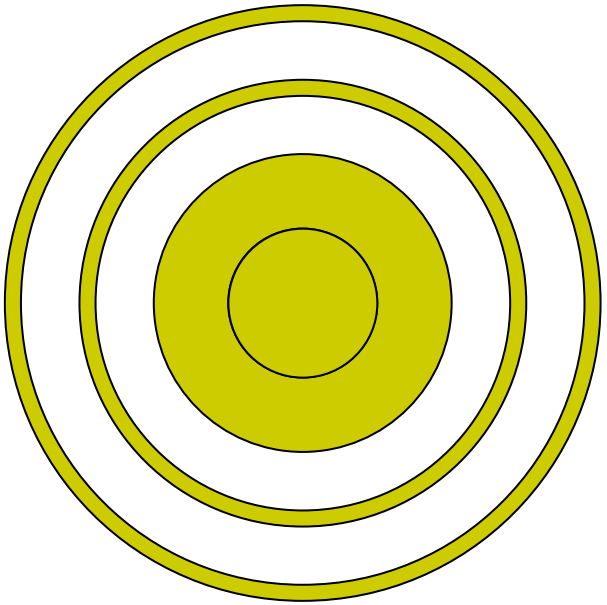
Примеры расширения бренда

Примеры расширения бренда

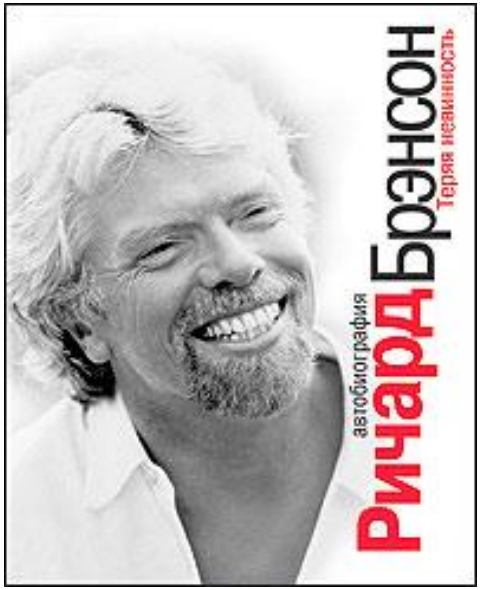
Примеры расширения бренда

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



Примеры расширения бренда

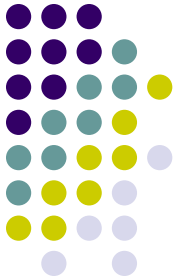


Пример не сработал

Vladimir
DOVGAN

Измени себя!
Стань богатым!

Перепозиционирование бренда



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

SUN Interbrew

STELLA ARTOIS

BECK'S

Стратегия:

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

Staropramen

СИБИРСКАЯ КОРОНА

ТОЛСТЯК

КЛИНСКОЕ

ПИВО

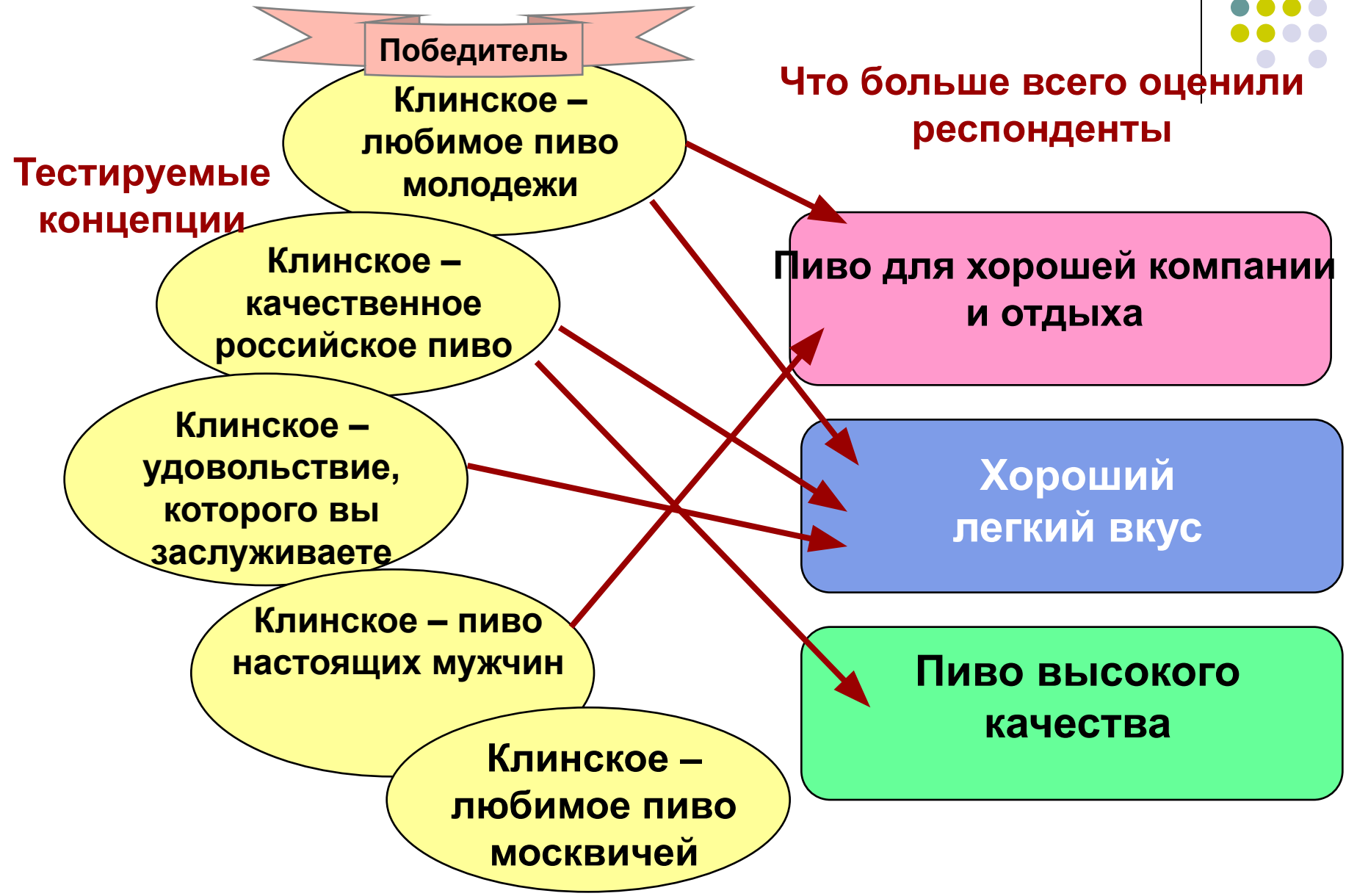
Оживление "пыльного" бренда

SUN Interbrew

- **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:

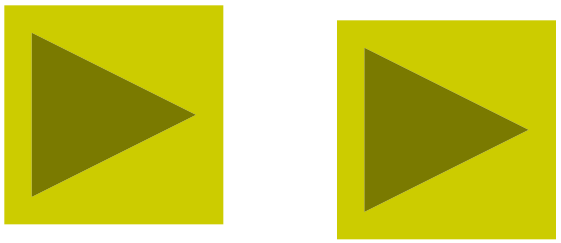


Целевая группа определена.

- 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 бренда 2001



Реклама «Клинского»

Создание интерактивности бренда

Создание интерактивности бренда

Новый вид … новая упаковка

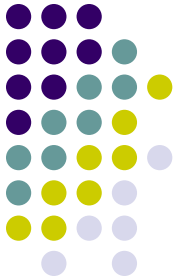
Брендинг продолжается

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 перепозиционирования бренда