

МАРКА ТОВАРА

- Марка в маркетинге - в широком смысле то же, что бренд - знак, символ, название (сочетание отдельных букв, цифр, слов), рисунок (графические символы, сочетания цветов, в виде цветной графики) и их комбинация.
- Марка включать в себя имя марки, марочный знак и товарный знак, ценность, значимость, отличительные особенности.

-
- Применительно к марке в маркетинге различают торговую марку, марку услуг, а также связанные с маркой товарный знак, логотип.
 - Товарный знак — это просто обозначение, способное отличать одни товары и услуги от однородных товаров и услуг других производителей.
 - Торговая марка (бренд), марка услуг — это имиджевый образ, который возникает в сознании потребителя при виде товарного знака.

Понятие "марка"

- часто применяют в отношении знаковой, имиджевой, "марочной" продукции: винной продукции – говорят о марочных винах и т.п.; автомобилей - марка автомобилей.
- Проще говоря, торговые марки - это обещание потребителю от имени продавца передать определенный набор свойств, преимуществ и услуг своему покупателю.

ТОВАРНЫЙ ЗНАК

**ФИРМЕННЫЕ
ЗНАКИ**

**ФИРМЕННОЕ ИМЯ
ФИРМЕННЫЙ СИМВОЛ
ТОРГОВЫЙ ЗНАК
(зарегистрированные
фирм. имя и/или
фирм. символ)**

**АССОРТИМЕНТНЫЕ
ЗНАКИ**

**ТОВАРНАЯ МАРКА
(СЛОВЕСНАЯ, БУКВЕННАЯ
ИНФОРМАЦИЯ О НАЗВАНИИ
ТОВАРА ИЛИ ЕГО
ИЗОБРАЖЕНИЕ)**

Характеристика:

- Первый уровень ассоциации
- Преимущества
- Ценности
- Культура
- Индивидуальность:
- Владелец

Аспекты торговых марок

- Известность торговой марки: большинство людей знают данную торговую марку
- Приемлемость торговой марки: многие потребители не возражают против покупки товаров с этими торговыми марками
- Выбор торговой марки: многие потребители выбирают именно эти торговые марки на рынке
- Преданность торговой марке: некоторые потребители всегда стремятся приобрести эту торговую марку.

Преимущества хорошо известной торговой марки

- низкие затраты на маркетинг:
- широкие возможности при обсуждении торговых сделок:
- ценовая надбавка:
- облегченное внедрение нового товара,
- защита от ценовой конкуренции:
- бесконечное существование:

Основные требования

- Простота
- Индивидуальность
- Привлекательность
- Охраноспособность

Значение торговой марки для компаний

- Рост прибыли
- Стабильность и долгосрочность
- Барьеры для входа в отрасль

