

Выпускная квалификационная работа на тему
«Брендинг на примере компании Lady Collection»

Научный руководитель: доцент,
кандидат пед. наук

О. А. Моисеева

Выполнила студентка 5-го курса

Харламова Маргарита

Актуальность дипломной работы обусловлена тем, что название и изображение логотипа вызывают у потребителя вполне определенные ассоциации.

Эти ассоциации, как образное соединение отдельных впечатлений в общую, яркую и устойчивую картину взаимосвязанного представления потребителя о товаре, его марке, называют брендом.

Проблематика

Как создать правильную брендинговую концепцию на рынке и достигнуть возможных целей в продвижении бренда?



Конкурентные преимущества

бренда:

- Огромный ассортимент
- Товар сертифицирован
- Товар брендирован
- Универсальность
- Приемлемые цены





рйбдвнвнв

УТП

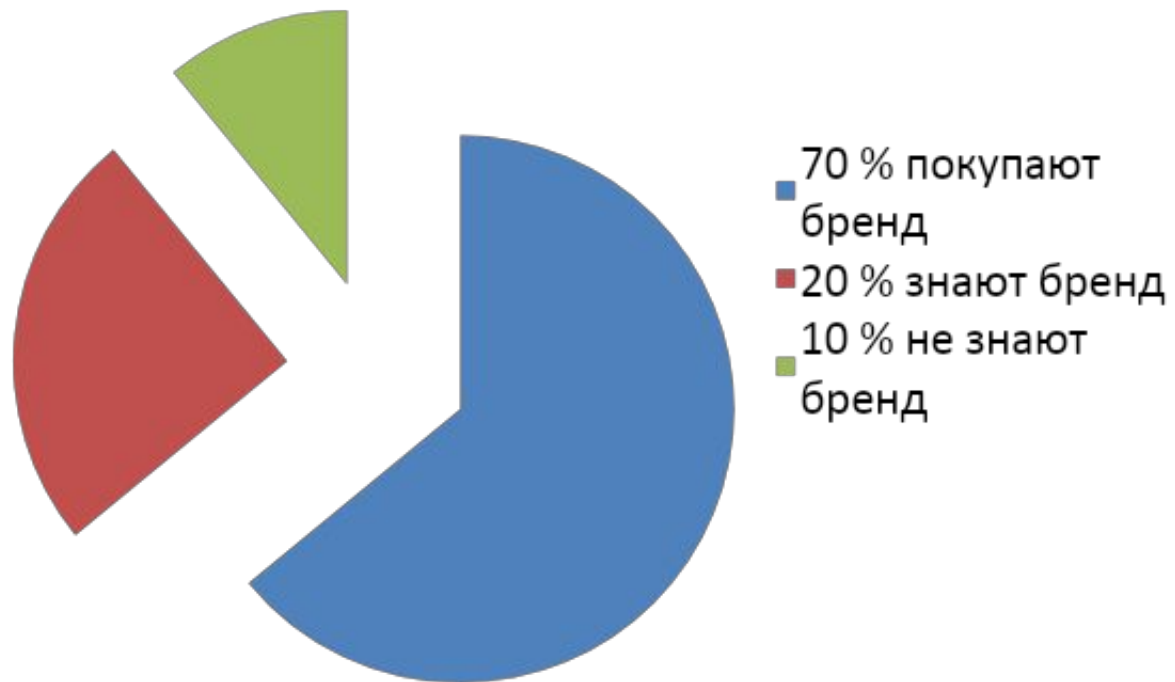
В состав бижутерии
входит
высококачественный
бижутерный сплав,
который предотвращает
аллергические реакции
(олово, родий,
хирургическая сталь)



УБП


«Мы украшаем моду»

Результаты исследования



Декорация акции
«В поддержку бренда»

*Мир за красоту вместе с
Lady Collection*





Фирменный браслет акции
«В поддержку бренда»

Вывод

При проведении социологического исследования бренд Lady Collection показал эффективность и востребованность среди потребителей.

На основе исследования была создана акция «В поддержку бренда» с помощью которой можно добиться увеличения спроса и усиления имиджа бренда

Спасибо за внимание!

Харламова Маргарита
margo10031992@yandex.ru