

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

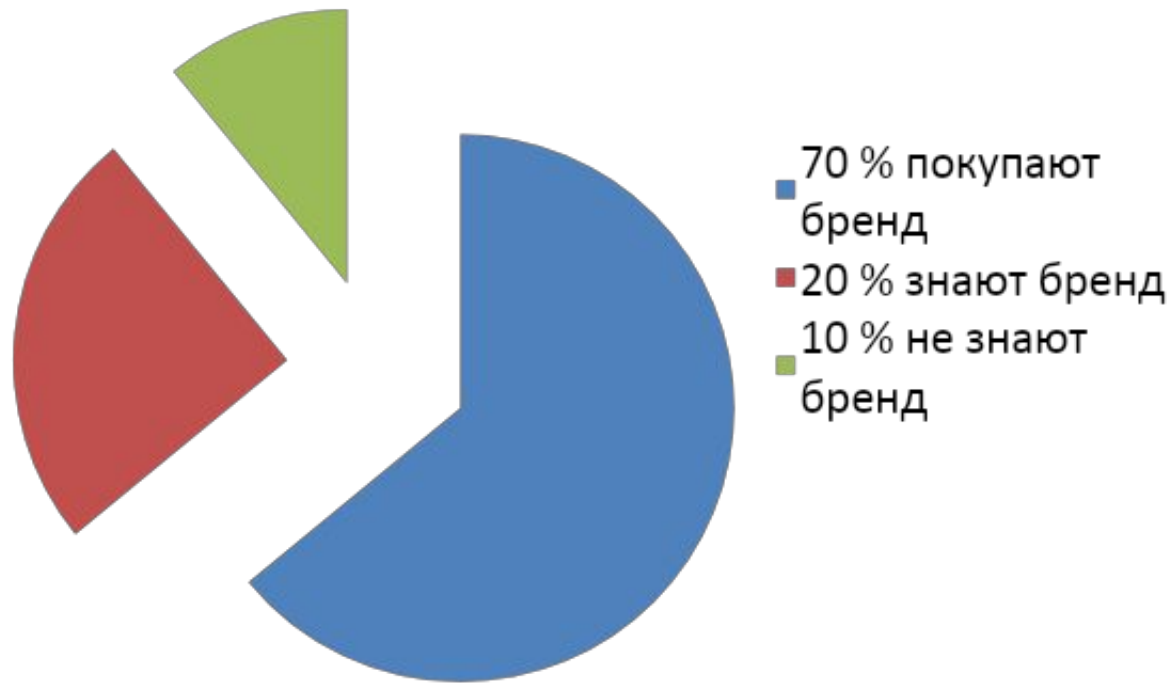
В состав бижутерии  
входит  
высококачественный  
бижутерный сплав,  
который предотвращает  
аллергические реакции  
(олово, родий,  
хирургическая сталь)



## 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