

ЛЕКЦІЇ:

Класифікувати бренди можна також і за типом об'єктів брендингу. Так, підхід одного з провідних фахівців теорії брендингу Л. Апшоу представлений в табл. 1.4.

Тип бренду	Характеристика
Товарний	Перші з'явилися брендів на ринку. Вони є основною, ядром брендингу, оскільки явно превалюють у кількісному відношенні над іншими типами і згадуються споживачами в першу чергу
Сервісний	Їх набагато менше на ринку, ніж товарних брендів. Невловимі послуги набагато важче уявити в привабливому вигляді і продати покупцям, які часто відчують труднощі з вибором навіть тих товарів, які вони можуть побачити і відчувати. Деякі сервісні бренди, такі, наприклад, як бренд роздрібній торговельній мережі, насправді сприяють продажу товарів, хоча брендом є сам магазин, а не ті товари, які він продає
Особистісний	Завжди існували в людському суспільстві (спортсмени, артисти, політики, бізнесмени і т.д.), але лише недавно їх стали розглядати як бренд. Особливість цієї категорії як "бренду" полягає в тому, що їх популярність поширюється за межі сфери професійної діяльності (наприклад, відомі спортсмени та політики знімаються в рекламі, співаки - в кіно, актори і бізнесмени проводять різні громадські акції)
Бренд організації	Бренди корпорацій, некомерційних організацій, політичних партій, освітніх установ. Поки це ще слабо розроблена область. Даний тип бренду тісно переплітається з брендом продуктів, які продає компанія, і часто - з брендом особистості продавця цього товару. Так, наприклад, бренд <i>Nike</i> являє собою безліч асоціацій з брендом, які працюють спільно на всіх рівнях. В даний час організації починають розуміти важливість планомірного створення власного бренду

Бренд подій	Це періодично проходять події, як правило, у світі спорту, індустрії розваг і мистецтва. Мети організаторів подібних заходів найчастіше досягаються за рахунок використання традиційних інструментів брендингу. Ті суми, які рекламодавці платять за право показати свій продукт в перервах при трансляції престижного спортивного турніру - ось ціна подібного роду брендів
Географічний	Прикладом можуть служити міста, країни, курорти. Цей вид бренду набув поширення, особливо в туристичному бізнесі, де його створення дозволяє витягувати додаткові доходи. Найбільш яскраві приклади вже сформованих географічних брендів - це Французька Рів'єра і Сейшельські острови - вони приносять туристичним компаніям чималу частку прибутку саме за рахунок бренду

ПРАКТИЧНІ ЗАВДАННЯ:

- *Сутність і роль позиціонування в брендингу.*
- *Сегментування. Визначальні асоціації.*
- *Точки паритету і точки диференціації. Індивідуальні риси.*
- *Розроблення концепції бренду.*
- *Розроблення імені та візуалізації бренду.*
- *Тестування бренду.*
- *Процедура розроблення імені бренду.*
- *Ключові фактори, які впливають на формування брендів в Україні.*

- 1.1. Еволюція брендингу.
- 1.2. Роль брендингу в сучасному житті суспільства.
- 1.3. Співвідношення термінів бренд, торгова марка та торговий знак
- 1.4. Бренд-менеджмент в стратегічному розвитку підприємства
- 1.5. Вигоди бренду для виробника та споживача.
- 1.6. ***Місце і роль брендингу в інноваційній діяльності.***