

BRANDING

Давыдова
Гузель

Бренд .

- Вообще понятие “бренд” на современном рынке товаров и услуг имеет очень важное значение. Гораздо проще и правильнее строить любой бизнес не просто на каких-то товарах и услугах, а именно на бренде. По этой причине стали открываться специальные брендинговые агентства – компании, которые предоставляют услуги по созданию и продвижению бренда – брендинг.



Сколько стоит бренд?



- Цена бренда складывается из затрат на его создание и продвижение, ну и если этим занимается сторонняя компания – она набрасывает туда стоимость своих услуг.
- У многих почему-то сформирован ошибочный стереотип, что бренд – это логотип, фирменный знак и что-то в этом роде. Что стоимость бренда – это стоимость создания логотипа. На самом деле – это абсолютно не так. Разработка логотипа может стоить копейки, а вот чтобы сделать этот логотип популярным и узнаваемым – могут потребоваться миллиарды, в зависимости от масштабов узнаваемости.
- Помимо понятия “бренд” есть понятие “брендинг”, которое означает продвижение бренда, доведение его до нужного уровня. Так вот, когда бизнесмен платит за бренд – фактически он платит за брендинг, который делает этот бренд таким, какой он есть.

От чего зависит цена брендинга?

- Стоимость брендинга, как и стоимость любой услуги, складывается из двух частей: себестоимость и наценка. Если предприниматель занимается брендингом самостоятельно, он оплачивает только одну часть, если обращается к услугам брендинговой компании – соответственно, обе.
- Что включает в себя себестоимость брендинга? Прежде всего, это оплата труда всех специалистов, которые будут заниматься разработкой и продвижением бренда. В эту команду входят, как минимум:
 - Управляющий проектом;
 - Маркетолог;
 - Дизайнер;
 - Копирайтер;
 - Бизнес-технолог.



Что включает в себя брендинг?

- Проведение маркетингового исследования рынка.
- Определение концепции, стратегии брендинга.
- Разработка наименования бренда, фирменного логотипа, стиля.
- Разработка дизайна продукции.
- Разработка дизайна оформления торговых точек, пунктов оказания услуг.
- Разработка и реализация рекламной стратегии.
- Разработка и внедрение способов коммуникации компании с целевой аудиторией.

