

Товарный знак, торговая
марка, бренд

Товарный знак

Товарный знак – маркетинговый инструмент индивидуализации предприятия, а также производимых им товаров или услуг.

В качестве товарного знака могут быть зарегистрированы в любом цвете или цветовом сочетании:

Товарный знак

- Словесные обозначения (слова, сочетания букв, имеющие словесный характер, неологизмы, вновь изобретенные слова)

PlayStation, Sharp, Kodak

Домик в деревне

Товарный знак

- Фирменный лозунг или слоган

Управляй мечтой

Заплатил налоги- спи спокойно

Товарный знак

- Изобразительные обозначения

Трилистник Adidas

Капелька Nike

Товарный знак

- Комбинированные обозначения

Радио Maximum

McDonalds

Этикетка сигарет Camel

Товарный знак

- Объемные обозначения
Оригинальная бутылка,
Упаковка

Товарный знак

- Другие обозначения (звуковые, световые) –

***заставки телепрограмм,
позывные радиопередач***

Не каждый **товарный знак** может стать **брендом**.

Для этого товарный знак, торговая марка должны приобрести известность на рынке и доверие у покупателей.

Бренд, существуя исключительно «в голове» потребителя и выступая компонентом потребительского капитала фирмы, означает устойчивый положительный эмоциональный отклик, постоянную связь с потребителем.

Процесс создания долгосрочного покупательского предпочтения рассматривается как деятельность по представлению покупателю достоинств товара или услуги, их особенностей по сравнению с похожими предлагаемыми товарами и услугами, формированию в сознании потребителей стойких ассоциаций, впечатлений, связанных с этим товаром.

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

Бренд кроме торговой марки и товарного знака включает сам товар или услугу, их характеристику, информацию о потребителе, описание преимуществ товара или услуги, которые автор бренда предоставляет потребителю, а также свой имидж.

Основные характеристики бренда

- Основное его содержание (Brand Essence)
- Функциональные и эмоциональные ассоциации, которые выражаются покупателями (Brand Attributes)

Основные характеристики бренда

- Словесная часть марки или словесный товарный знак (Brand Name)
- Визуальный образ марки, формируемый рекламой в восприятии покупателя (Brand Image)

Основные характеристики бренда

- Уровень известности марки у покупателя, сила бренда (Brand Power)
- Обобщенная совокупность признаков бренда, которая характеризует его индивидуальность (Brand Identity)
- Стоимостные оценки, показатели (Brand Value)

Основные характеристики бренда

- Степень продвинутости бренда (Brand development Index)
- Степень вовлеченности бренда в целевую аудиторию и ее отдельные сегменты (Brand Loyalty)

Бренд: Познаваемая ценность

Рациональные потребности

Бренд: Эмоциональная ценность

Брендовое удовлетворение:

Идеологическое: патриотизм, экология, религия, мораль, эстетика

Психологическое: личная удовлетворенность, достижение, внешний вид, ментальное стимулирование

Социальное: дружелюбие, групповая идентичность, радость, общительность

Культурное: интеллектуальное лидерство, духовное лидерство

Разработка бренда Цены

- Брендинг за 5 дней - 45 000 рублей
- Дополнительный логотип, товарный знак, эмблема за 3 дня - 25 000 рублей
- Доработка существующего логотипа за 2-3 дня 15 000 рублей
- Корректурa логотипов имеющих сложную структуру или большое количество точек, а так же в случаях, когда накладывается жесткий запрет на изменение каких-либо элементов за 4-5 дней 18 000 рублей

<http://www.mosidea.ru/campaigns/branding-naming>

Компания «Идея» была основана в 2006 году. За длительный период работы были также успешно проведены рекламные кампании для сети клиник «Семейный доктор», организация и проведение BTL акции для компании «Альт-Телеком» и «Beeline», «McDonald's».

Задачей РА «Идея» является успешное продвижение бизнеса своего клиента.

<http://www.mosidea.ru/campaigns/branding-naming>

Компания «Идея» была основана в 2006 году.

Клиентами компании являются представители различных секторов и отраслей в мире бизнеса. Это ОАО «БНС Групп» (сеть магазинов одежды MEXX, Calvin Klein, Pinko), ОАО «РОСНО-МС», Авиакомпания правительства Москвы «АТЛАНТ-СОЮЗ», сеть клиник семейной медицины «Медси», международный аэропорт «Внуково», «БИНБАНК», «ОТРВАНК», «МОЙ БАНК», «UMP», «MOSTRAVEL», «ИНКОМ-Недвижимость».

<http://www.mosidea.ru/campaigns/branding-naming>

Название фирмы

Из всех существующих в мире бизнеса имен, название фирмы — самое важное. В нашей стране 90% названий фирм создаются предпринимателями «на скорую руку».

<http://www.mosidea.ru/campaigns/branding-naming>

Название публичного заведения

Трудно переоценить важность хорошего названия ресторана, бара, кафе, различных магазинов и предприятий сферы обслуживания.

<http://www.mosidea.ru/campaigns/branding-naming>

Название товара и услуг

Одно из главных достижений нашего общества — это огромный выбор товаров и услуг, который предоставлен сегодня потребителю.

<http://www.mosidea.ru/campaigns/branding-naming>

Неизменно высокое качество и удовлетворение - это должно стать лозунгом любого бренда, независимо от того, кто им занимается в данный момент.

Политика строительства бренда должна быть последовательной и планироваться на годы вперед.

<http://www.mosidea.ru/campaigns/branding-naming>

Брендинг - деятельность по разработке марки продукта, продвижению на рынок и обеспечению ее престижности, и мониторинг на соответствие марки требованиям рынка.

Задача брендинга - повысить осведомленность потребителей и влюбиться в товар.

<http://www.mosidea.ru/campaigns/branding-naming>

Бренд - это букет восприятий в сознании потребителя.

Бренд - это мощный, но нематериальный актив.

Бренд формирует эмоции и входит в жизнь потребителей.