



Сучасні стратегії бренд-менеджменту

У сучасному світі, де технології швидко розвиваються, а споживачі стають все більш вимогливими, бренд-менеджмент перетворився на складну, але захопливу дисципліну.

Н by Наталья Терентьева

Традиційні та сучасні підходи до бренд-менеджменту

Традиційний підхід

Фокус на масових комунікаціях, односторонній зв'язок, рекламні оголошення, реклама на телебаченні.

Сучасний підхід

Орієнтація на індивідуальні потреби, двосторонній зв'язок, digital маркетинг, створення цінності для споживачів.



Стратегії позиціонування бренду

Диференціація

Виділення бренду з-поміж конкурентів шляхом надання унікальних цінностей.

Лідерство за ціною

Пропозиція конкурентних цін для залучення широкого кола споживачів.

Фокус

Концентрація зусиль на конкретній цільовій аудиторії або ніші ринку.

Нішевий брендинг

Створення бренду для вузької цільової аудиторії, яка має особливі потреби.

Підходи до формування лояльності клієнтів



Задоволення потреб

Надання товарів та послуг, що відповідають потребам споживачів.



Відносини

Створення міцних зв'язків зі споживачами шляхом комунікації та взаємодії.



Програми лояльності

Заохочення повторних покупок шляхом бонусів, знижок та ексклюзивних пропозицій.



Стратегія емоційного брендингу

1

Емоційне залучення

Створення позитивних емоційних асоціацій з брендом.

2

Емоційна цінність

Надання цінності, яка викликає позитивні емоції у споживачів.

3

Емоційна лояльність

Створення емоційного зв'язку зі споживачами, який сприяє їхній лояльності.



Стратегія персоналізації та кастомізації

1

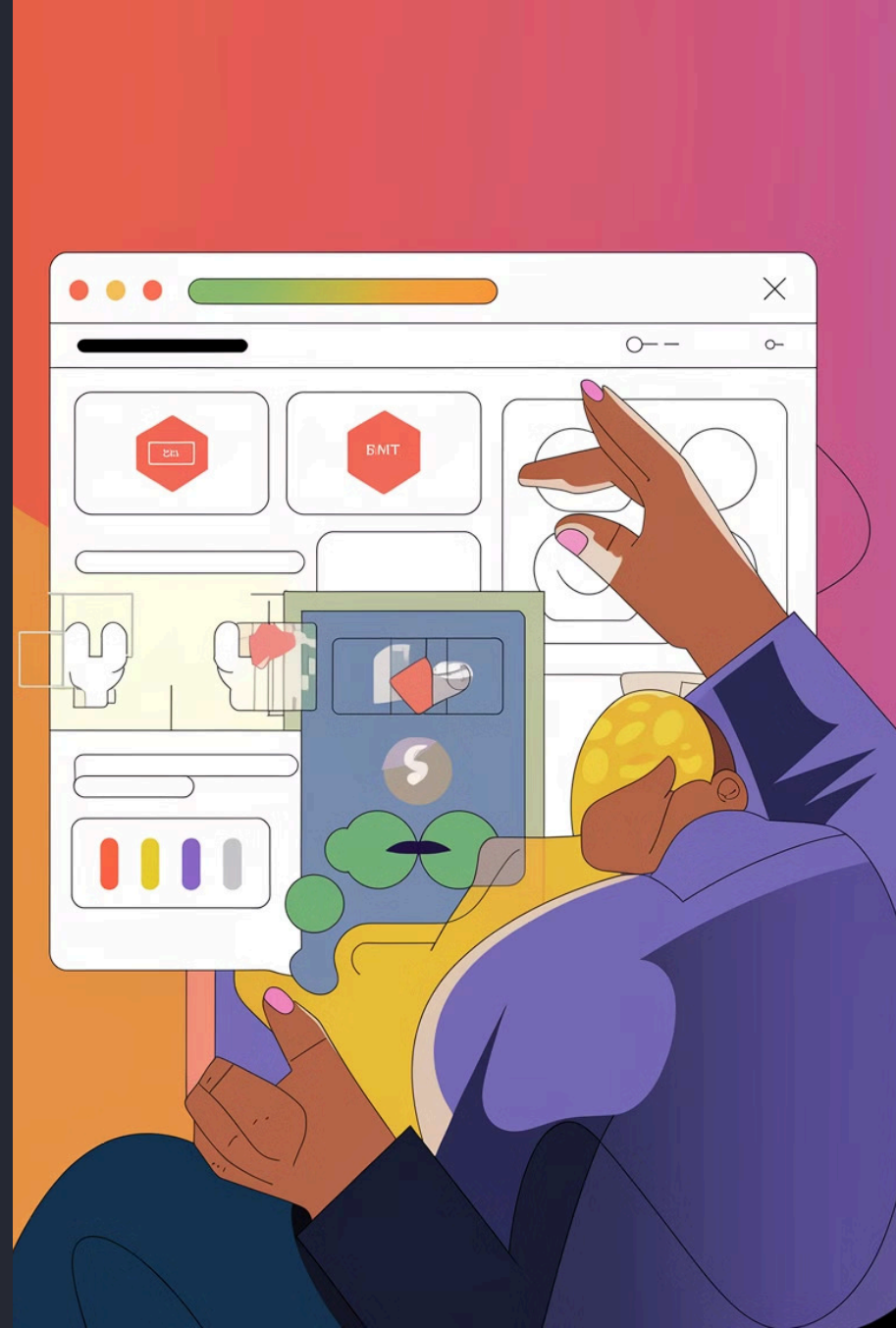
Персоналізація

Надання персоналізованих рекомендацій та пропозицій.

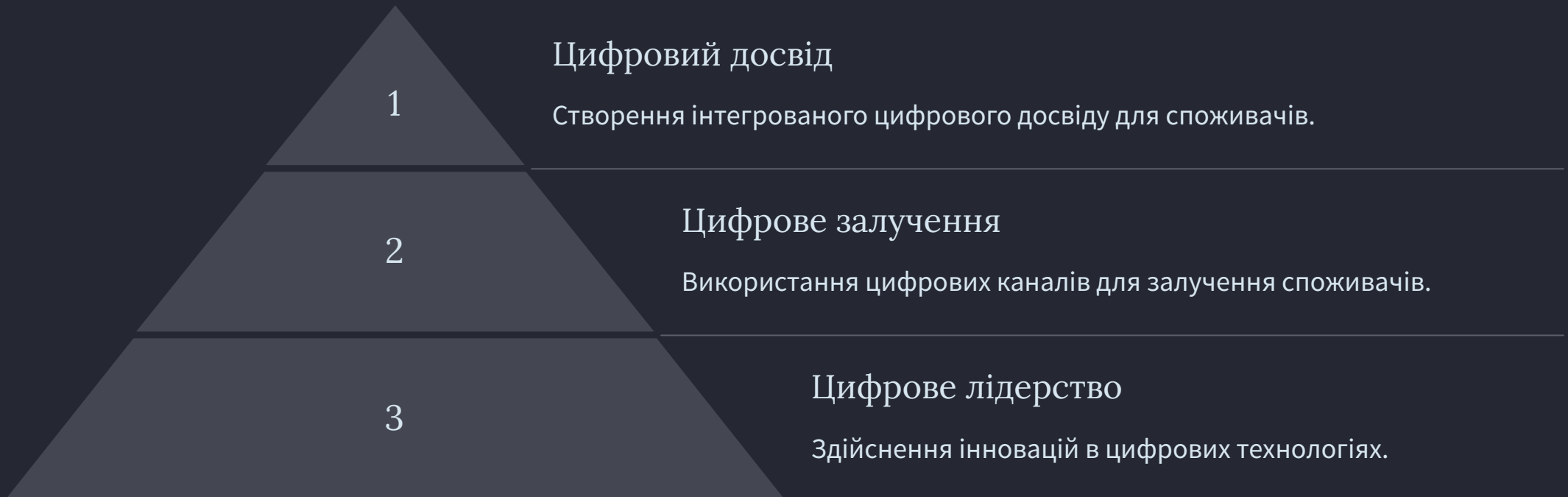
2

Кастомізація

Дозволяти споживачам налаштовувати продукти та послуги відповідно до їхніх потреб.



Digital-first стратегія



Стратегія стійкого (sustainable) брендингу

1

Екологічна відповідальність

Зменшення впливу на навколишнє середовище.

2

Соціальна відповідальність

Підтримка соціальних ініціатив.

3

Етичні практики

Прозорість та відповідальність у бізнесі.



Стратегія бренду як медіа (Brand as a Media)

1

Контент

Створення цінного та цікавого
контенту для споживачів.

2

Комунікація

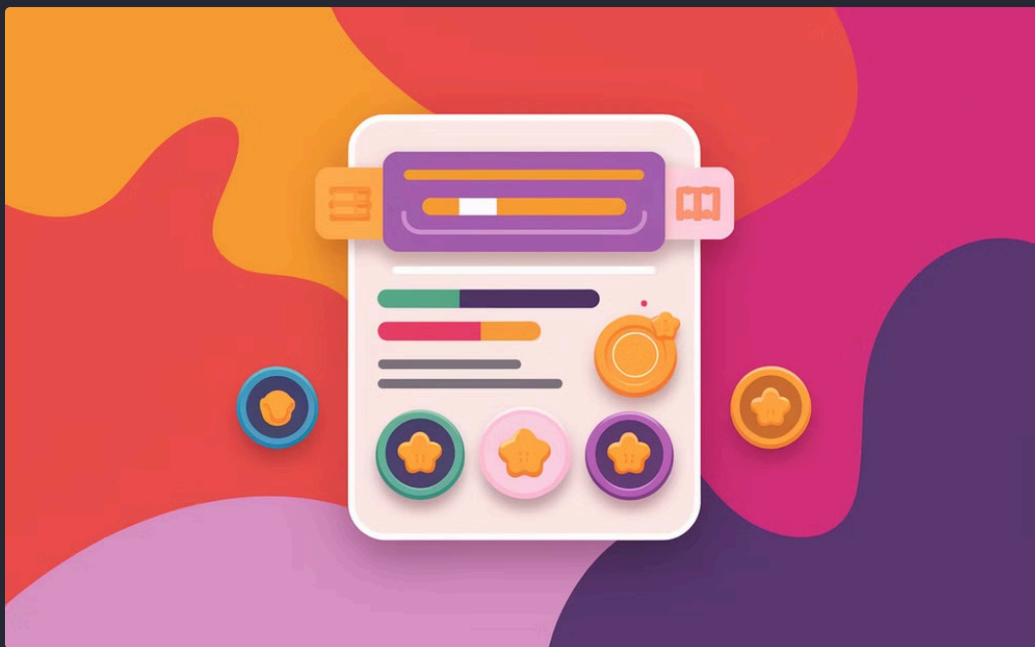
Використання різних каналів для
поширення контенту.

3

Взаємодія

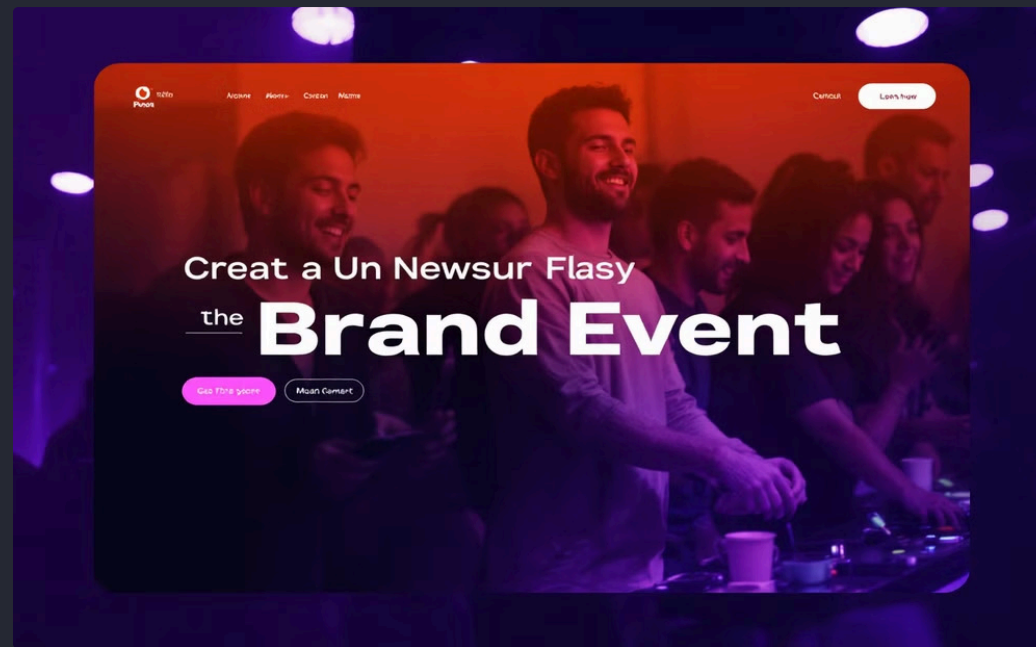
Створення платформ для
взаємодії зі споживачами.

Інтерактивний та ігровий бренд-менеджмент (Gamification & Experiential Branding)



Ігрофікація

Використання ігрових механізмів для залучення та мотивації.



Досвід

Створення незабутніх досвідів для споживачів.

Стратегія community-driven брендингу

