|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Показники | Ваг. коеф. | «Львівське» | «Балтика» | «Славутич» | «Carlsberg» | «Арсенал» | «Жигулівське» | Сидр «Somersby» | Квас «Тарас» |
| Частка ринку | 0,3 | 5 | 2 | 1 | 4 | 2 | 3 | 5 | 5 |
| Технологічне лідерство | 0,2 | 5 | 4 | 4 | 5 | 3 | 4 | 4 | 4 |
| Додаткові переваги | 0,25 | 5 | 4 | 3 | 5 | 2 | 4 | 5 | 5 |
| Глибина лінійки | 0,2 | 5 | 4 | 3 | 1 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| Реклама та мерчандайзинг | 0,05 | 5 | 2 | 1 | 4 | 1 | 1 | 4 | 4 |
| **Загальний рейтинг** | **1,0** | **5,0** | **3,3** | **2,5** | **3,85** | **1,95** | **2,95** | **4,55** | **4,55** |

Загальний рейтинг «Львівське» = 0,3\*5 + 0,2\*5 + 0,25\*5 + 0,2\*5 + 0,05\*5 =5,0;

Загальний рейтинг «Балтика» = 0,3\*2+ 0,2\*4 + 0,25\*4 + 0,2\*4 + 0,05\*2 =3,3;

Загальний рейтинг «Славутич»= 0,3\*1 + 0,2\*4 + 0,25\* 3+ 0,2\*3 + 0,05\*1 =2,5;

Загальний рейтинг «Carlsberg» = 0,3\*4 + 0,2\*5 + 0,25\*5 + 0,2\*1 + 0,05\*4 =3,85.

Загальний рейтинг «Арсенал» = 0,3\*2 + 0,2\*3 + 0,25\*2 + 0,2\*1 + 0,05\*1 =1,95;

Загальний рейтинг «Жигулівське» = 0,3\*3 + 0,2\*4 + 0,25\*4 + 0,2\*1 + 0,05\*1 =2,95;

Загальний рейтинг «Somersby»= 0,3\*5 + 0,2\*4 + 0,25\*5+ 0,2\*4 + 0,05\*4 =4,55;

Загальний рейтинг «Тарас» = 0,3\*5 + 0,2\*4 + 0,25\*5 + 0,2\*4 + 0,05\*4 =4,55.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Стадії життєвого циклу товару | Конкурентні позиції | | | | |  |
| Слабка | Міцна | Сприятлива | Сильна | Домінуюча |  |
| **«Славутич»**  **«Арсенал»** |  |  |  |  | Старіння |
|  |  | **«Балтика»**  **«Carlsberg»** | **«Львівське»** |  | Зрілість |
|  |  | **«Жигулівське»** | **«Somersby»**  **«Тарас»** |  | Зростання |
|  |  |  |  |  | Зародження |

Рисунок 1 Матриця ADL/LC для брендів Carlsberg Ukraine

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Поточна віддача низька | Поточна віддача висока |
| Перспективний (високий потенціал майбутнього прибутку) | **Бренд-опора (lincpin)** | **Стратегічний бренд** |
| Короткострокова або низька перспектива зростання | **Кандидат на ліквідацію (divestment candidate)** | **Бренд-дійна корова (milker)** |

Рисунок 2 Ролі провідних брендів в портфелі за **Д. Аакером**