

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-398-9-54>

BRAND MARKETING IN MODERN BUSINESS

БРЕНД-МАРКЕТИНГУ В СУЧАСНОМУ БІЗНЕСІ

Бренд-маркетинг зосереджує свою увагу на створенні і утриманні позитивного іміджу бренду, залученні нових клієнтів, збільшенні впізнаваності, його цінності та унікальності. Основною метою бренд-маркетингу є підвищення свідомості про бренд, його репутації, рівня довіри клієнтів та розвитку довгострокових відносин з ними [1]. Здебільшого клієнти купують лише ті продукти, які добре знають, або хоча б щось чули про них – саме це являється результатом бренд-маркетингу. PR, «сарафанне радіо», співпраця з публічними людьми – є складовими цього підходу до просування та змушують нашу підсвідомість довіряти тій, чи іншій компанії.

Бренд-маркетинг – це комплекс методів, спрямованих на створення імені бренду, розробку дизайну, встановлення креативних комунікацій і проведення маркетингових заходів, які будуть виділяти продукт серед конкурентів і сприяти його просуванню [2]. Важливо в бізнесі розуміти цілі використання кожних технологій, підходів чи інструментів, зокрема маркетингових.

До головних цілей бренд-маркетингу відносять [3]:

1. Підвищення довіри до бренду. Для аудиторії завжди важливі: якість продукту, чесність комунікацій та етичність виробництва. За дотримання цих пунктів у бізнесу з'являється шанс завоювати довіру, а потім і любов споживачів.

2. Підвищення впізнаваності бренду. Саме від неї залежить, чи Вас ідентифікує користувач серед інших торгових марок. Для збільшення популярності бренд-фахівці аналізують конкурентів та моніторять ринкові тенденції. Це допомагає бути у тренді та актуалізувати продукцію під потреби аудиторії.

3. Охоплення ринку. Саме хороша репутація бренду робить людину не просто одноразовим споживачем, а вірним адвокатом бренду. Охоплення також дозволяє надавати продукцію різним категоріям споживачів, розширюючи вплив на цільову аудиторію.

4. Створення репутації бренду. Ведення бізнесу передбачає наявність зворотного зв'язку: як позитивного, так і негативного. Бренд

маркетинг допомагає обробляти отриману інформацію та подавати користувачам ту, яка не завдає шкоди іміджу компанії.

Розглянемо нестандартні приклади використання бренд-маркетингу, зокрема:

1. *Стратегія Airbnb*: інтернет-компанія, яка вибрала напрям бренд-маркетингу. Основна стратегія бренду Airbnb [4] полягає в тому, щоб допомогти гостям відчувати себе місцевими жителями, а не туристами, та дозволити їм заробляти, маючи вільні місця для проживання. Стратегії, які вони використали:

- «Belong Anywhere»: у 2014 році [4];
- «We Are Here»: у 2015 році [5];
- «Live There»: у 2016 році [1].

2. *Результат стратегії Airbnb*: за кілька років Airbnb стала одним з найбільших гравців на ринку туризму та розвинулася до мережі мільйонів помешкань по всьому світу. У 2021 році бренд Airbnb був оцінений у 18 млрд доларів за версією Forbes [6].

3. *Стратегія Tesla*: Ілон Маск є визнаним «генієм» бізнесу та інновацій, імідж Tesla – однозначно творіння його рук. Він приклав дуже багато зусиль, щоб цей бренд став відомим [7]. Його підхід до бренд-стратегій є незвичайним та відмінним від більшості стандартних методів. Кожен твіт засновника викликав резонанс в суспільстві і привертав увагу до бренду і це однозначно грало на руку Tesla. Багато хто знає, що Ілон Маск був прототипом «Залізної людини» в кіновсесвіті «Марвел» [10]. Його підхід до брендингу базується на інноваціях та технологіях, що гарно працює для впізнаваності бренду: створення амбасадора генія-інноватора, який стоїть за брендом.

Результат стратегії Tesla: завдяки такій стратегії бренд-маркетингу, компанія Tesla стала лідером на ринку електромобілів та збереженні довкілля. Вони залучили мільйони клієнтів, завоювали першість та стали однією з найбільш цінних компаній світу.

Література:

1. Keller K. L. Strategic Brand Management: Building Measuring, and Managing Brand Equity. Pearson, 4th ed. 2012. 608 p.

2. Що таке бренд-маркетинг? *SendPulse*. URL: <https://sendpulse.ua/support/glossary/brand-marketing/> (дата звернення: 01.02.2024).

3. Як бренд маркетинг впливає на перформанс показника бізнесу? *Byyd*. URL: <https://www.byyd.me/blog/2023/04/brand-and-performance-marketing/> (дата звернення: 01.02.2024).

4. Leigh Gallagher. How Airbnb Found a Mission – and a Brand. *Fortune*. 2016. URL: <https://fortune.com/longform/airbnb-travel-mission-brand/> (дата звернення: 01.04.2023).

5. From the 9th annual shortyu awards. We are here. *Shorty Award*. URL: <https://shortyawards.com/9th/we-are-here> (дата звернення: 01.04.2023).

6. The worlds most valuable brands. URL: <https://www.forbes.com/powerful-brands/list/> (дата звернення: 01.04.2023).
7. Rebecca. Tesla: A Complete History. НС. 2023. URL: <https://history-computer.com/tesla-a-complete-guide/> (дата звернення: 01.04.2023).
8. «Залізна людина» нашого часу: як Ілон Маск досягнув таких висот. Joyrup. 2019. URL: <https://joy-rup.com/ua/interesting-ua/jak-ilon-mask-dosiag-takyh-vysot/> (дата звернення: 01.04.2023).