



Столыпинский  
вестник

Научная статья

Original article

УДК 33

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ БРЕНДИНГА И ЕГО АКТУАЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ**

**DEFINITION OF BRANDING AND ITS RELEVANCE IN THE MODERN WORLD**

**Фролова Татьяна Сергеевна**, студент, Кемеровский государственный университет, г.Кемерово

**Фукс Алина Юрьевна**, студент, Кемеровский государственный университет, г.Кемерово

**Пустовит Артём Антонович**, студент, Кемеровский государственный университет, г.Кемерово

**Черкасов Евгений Андреевич**, студент, Кемеровский государственный университет, г.Кемерово

**Frolova Tatiana Sergeevna**, student, Kemerovo State University, Kemerovo

**Fuchs Alina Yuryevna**, student, Kemerovo State University, Kemerovo

**Pustovit Artem Antonovich**, student, Kemerovo State University, Kemerovo

**Cherkasov Evgeny Andreevich**, student, Kemerovo State University, Kemerovo

**Аннотация:** В рамках данной статьи проведен обзор содержания брендинга и его актуальности в современном мире. Также была выявлена его важность для компаний.

**Abstract:** Within the framework of this article, an overview of the content of branding and its relevance in the modern world is carried out. Its importance for companies was also revealed.

**Ключевые слова:** branding, the importance of branding, marketing, методы брендинга.

**Keywords:** branding, the importance of branding, marketing, branding methods.

Под брендингом подразумевается маркетинговая практика, при которой компании и организации создают название продукта, связанный с ним символ, характеристики, цвета и дизайн, которые идентифицируются с продуктом, чтобы поддерживать целостный образ для аудитории. Различные элементы, такие как исследование рынка, анализ данных, обслуживание клиентов, рекламные товары, присутствие в интернете, логотип и слоганы, работают вместе и создают идентичность брендов.

Брендинг — это процесс формирования и создания бренда с желаемыми ассоциациями с имиджем, а затем поддержание этого имиджа и репутации.

Важность брендинга заключается в его влиянии, оказываемом на процессы принятия решений о покупке потребителями. Положение, которое займет бренд на рынке окажет прямое влияние на потребительские покупки.

Также важность брендинга заключается в следующем:

1) Повышает узнаваемость компании;

Посредством использования логотипа и цвета брендинг помогает установить индивидуальность, отличную от аналогичных продуктов и услуг на рынке, помогая бренду стать успешным и выделиться среди конкурентов.

2) Позволяет связываться с целевой аудиторией и поддерживать эту связь;

С помощью маркетинговых исследований и сбора данных брендинг помогает вам установить связь с целевой аудиторией и зарекомендовать себя как эксперта в отрасли благодаря постоянству и присутствию. Возможность легко узнавать бренд помогает укрепить глубокую связь с

потребителями и передать ценности и идеалы компании.

3) Помогает в удержании существующих клиентов;

После того, как надежный бренд создан, брендинг помогает удержать существующих клиентов, обеспечив постоянное качество, которое ожидают потребители.

4) Повышает ценность бизнеса;

Успешный брендинг повышает ценность бизнеса, предоставляя компании более сильные рычаги воздействия в своей сфере.

5) Помогает в привлечении новых клиентов.

Компании используют различные элементы брендинга, чтобы создать идентичность и установить доверие с будущими потребителями.

Методы, которые используются для брендинга:

- Позиция бренда;

Позицией бренда называется то, как компания собирается отличаться от конкурентов, то, что отличает ее от других в том, что она предлагает своим клиентам. Разработка позиционирования, которое будет основано на ценностях, поможет создать авторитет на рынке и выделиться среди других.

- Логотип;

Дизайн и цвет логотипа являются визуальным представлением и символом ценностей, которые транслирует компания.

Логотип выступает в качестве лица компании и является одним из основных методов, которые потребители используют для идентификации бренда.

Требования к логотипу: уникальность и быстрая узнаваемость.

- Дизайн продукта и упаковки;

Упаковка и дизайн продукта - часть взаимодействия клиентов с брендом. Упаковка также помогает в транслировании ценностей и поддержании доверия клиентов.

- Сайт и присутствие в интернете;

Сайт – связующее звено между брендом и клиентами, помогающее во взаимодействии друг с другом.

Присутствие в интернете через социальные сети дает возможность создать и продолжать укреплять идентичность бренда посредством брендинга.

- Стратегия ценообразования.

Цена продукта помогает сообщить ценность покупателю. Определение цены и положения на рынке поможет установить цель и донести до клиентов сообщение.

### Литература:

1. Домнин В.Н. Идентичность бренда – ключевое понятие бренд – менеджмента // Бренд-менеджмент [Электронный ресурс]: учебное пособие: 2009. – 368 с.
2. Хамаганова К.В. Стратегический брендинг: учебное пособие / Хамаганова К.В. — Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 60 с.
3. Соловьев, Б. А. Маркетинг [Электронный ресурс]: учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. – Москва.: ИНФРА-М, 2017. – 336 с.

### Literature:

1. Domnin V.N. Brand identity – the key concept of brand management // Brand management [Electronic resource]: textbook: 2009. – 368 p.
2. Khamaganova K.V. Strategic branding: a textbook / Khamaganova K.V. — St. Petersburg: St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, 2017. — 60 p.
3. Solovyov, B. A. Marketing [Electronic resource]: textbook / B. A. Solovyov, A. A. Meshkov, B. V. Musatov. – Moscow.: INFRA-M, 2017. – 336 p.

© Фролова Т.С., Фукс А.Ю., Пустовит А.А., Черкасов Е.А. Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник», номер 5/2022.

Для цитирования: Фролова Т.С., Фукс А.Ю., Пустовит А.А., Черкасов Е.А. ОПРЕДЕЛЕНИЕ БРЕНДИНГА И ЕГО АКТУАЛЬНОСТЬ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ // Научный сетевой журнал «Столыпинский вестник», номер 5/2022.