

Брендовая реклама – Цель...!!!

Формирование моей, да и твоей, в общем лояльности потребителей к товару или фирме.



- Первоочередная цель – формирование устойчивого положительного образа рекламируемого объекта в глазах целевой аудитории, а также поддержание осведомленности потенциальных покупателей (клиентов) на протяжении длительного периода времени.
- Здесь и сейчас – нет, не то к чему стремится, это точно задача Брендовой рекламы. Цели иные - прочно закрепить Имя, Образ Бренда в сознании как существующих уже, так и что еще важнее, потенциальных потребителей. Мы редко ищем что-то новое, неизвестное и неизведанное – люди больше привыкли доверять тем вещам, существующим Брендам, Имена которых все время находятся у нас на слуху.
- Брендовая, VIP реклама – это долгосрочный проект. Задачи Брендинга не решаются моментально, поэтому подобного рода реклама, полезна компаниям, которые пришли на рынок не на один и даже не на «парочку» лет. Это бизнес на многие десятилетия.

phone [+38 \(050\) 351-86-59](tel:+380503518659), (098) 805-89-25
blog <http://www.smartdnevnik.com/>
e-mail ashurovmmb@gmail.com
skype ashurovmmb

Brand

Бренды – это товары, услуги, сервис и т.п., которые играют в нашей жизни, в жизни потребителей, значимую роль. Значимость сия происходит от удовлетворения Брендом тех потребностей, функциональных, эмоциональных, удовлетворения которых мы как потребители ожидаем, будь то товарная, сервисная, или другая рыночная категория.

Бренд – это в первую очередь сумма свойств и выгод, ценностей и личного мировоззрения, это образы, впечатления, ассоциации и опыт, это то, что получаю Я, получаем Мы как потребители от товара, услуги или сервиса.

Товарная или сервисная разница «Качество / Бренд» минимальна. Именно поэтому люди отличают, или воспринимают Бренды по их имиджу, общепринятой ценности, личности - лидера представляющего товар или услугу.

Большое количество лояльных, приверженных потребителей – это прерогатива сильных, знаковых и значимых брендов. Приверженность потребителей к Бренду, создает дополнительные преимущества: цена; доля рынка; дополнительная прибыль; долгосрочная перспектива и т.п..

Лояльность к Бренду выстраивается в течение длительного периода времени. Простых решений, поспешных действий, здесь быть не может. Это тот случай, где применимо высказывание «7-мь раз отмерь...».

Олицетворение премиум класса, ассоциации потребителя с определенным имиджем, символом, слоганом или «чудодейственным» словом – это все достоинства реально Сильного Бренда. Сильные Бренды – это Лидеры в своей категории.

Стабильная перспектива – 100% выгодно. Бренды, сохраняющие стабильность своего позиционирования, предоставляющие ценность, формирующие образы, плюс соответствие, идентичность, качество и конечно красивая реклама, именно они и являются сильнейшими на просторах спроса и предложения.

Развитие в соответствии с изменениями нужд и желаний - Сильные Бренды думают о своих потребителях!

phone [+38 \(050\) 351-86-59](tel:+380503518659), (098) 805-89-25
blog <http://www.smartdnevnik.com/>
e-mail ashurovmmb@gmail.com
skype ashurovmmb

Advertisement

Не сама цель...!!!

- Неотъемлемая часть решения маркетинговых проблем.
- Эффективное средство и реальный инструмент разрешения маркетинговых вопросов.

Если мы говорим о реально эффективной рекламе, то, как правило, она связана с ясным знанием, что делать и с ясным воплощением этого в ожидаемый результат.

Предпочтение бренда актуально в том случае, если цель убеждения потребителей ставится выше их информирования. Грамотная реклама и создает данное предпочтение.

Реклама порой играет ключевую роль, в мотивированном желании потребителя купить товар или бренд.

Реклама проявляет стремление потребителя удовлетворить свои потребности и желания.

Реклама прямо и косвенно влияет на сбыт, направляя потребительские нужды и желания в сторону бренда.

Реклама в современном мире брендов, ее суть и целевое назначение, состоит в превращении потребностей в желания.

Реклама способна отражать желания, индивидуальность и имидж человека в собственных глазах. Что чаще всего влияет на выбор того или иного Бренда.

Не секрет, потребитель выбирает тот Бренд, который является символическим отражением имиджа в его собственных глазах.

Увидеть, вообразить в Бренде самого себя, при том, не тем, кем есть на самом деле, а именно ассоциация с конкретным Брендом, таким, каким хочется быть. В этом суть и волшебство эффективной рекламы.

В этом весь Бренд!

phone [+38 \(050\) 351-86-59](tel:+380503518659), (098) 805-89-25
blog <http://www.smartdnevnik.com/>
e-mail ashurovmmb@gmail.com
skype ashurovmmb