

ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ БРЕНДА И ЕГО ПРОДВИЖЕНИЕ

В УСЛОВИЯХ ВЫСОКОЙ КОНКУРЕНЦИИ

Буланкина Е.М. , студентка,

Иванова Г.Р., старший преподаватель,

ФГБОУ ВО Башкирский ГАУ, г. Уфа, Россия

Аннотация. В статье рассматриваются особенности создания и продвижения бренда в условиях высокой конкуренции на примерах российских IT-компаний. Приведены успешные стратегии брендинга компании «Яндекс», а также анализируется опыт «Рамблера», потерявшего популярность из-за отсутствия адаптации к изменяющимся рыночным условиям.

Ключевые слова: бренд, продвижение бренда, брендинг, Digital-маркетинг, стратегия бренда

Особенности создания бренда и его продвижение в условиях высокой конкуренции

Автор: Буланкина Е.М. ,Иванова Г.Р.
15.12.2024 14:55 -

Создание и продвижение бренда в условиях высокой конкуренции – это одна из самых сложных задач для бизнеса [1; 9]. Современный рынок перенасыщен товарами и услугами, а внимание потребителей распределяется между множеством предложений. Чтобы новый бренд не только запомнился, но и завоевал лояльность, нужно предложить уникальные решения и четко определить свою целевую аудиторию [4; 8].

Во-первых, создание бренда требует глубокой аналитики. Компании должны изучать не только потребности и ожидания своих потенциальных клиентов, но и поведение конкурентов. Необходимо учитывать множество факторов: возраст, пол, уровень дохода, а также культурные особенности. Без детального понимания своей аудитории бренд рискует оказаться неактуальным или неинтересным.

...

полный текст во вложении