

«Портрет бренду» — практичне завдання в парах

Бренд для аналізу: (вписати назву — один бренд для всієї групи, напр. Nova Poshta)

Питання (15 хв на письмову відповідь)

1. Функції бренду

Яку функцію цей бренд виконує для споживача, а яку — для компанії? (по одному прикладу)

- Для споживача: _____
- Для компанії: _____

2. Особистість бренду

Опишіть бренд трьома прикметниками, ніби це людина. Яка в нього «особистість»?

1. _____ 2. _____ 3. _____

3. Відмінність від конкурента

Чим цей бренд відрізняється від головного конкурента у свідомості людей?

4. Що захищати від копіювання

Що саме в цьому бренді точно потрібно захищати, якщо конкурент спробує його скопіювати?

Приклад заповненого аркуша (для викладача / показу студентам)

Бренд: Coca-Cola

1. Функції бренду

- Для споживача: миттєва впізнаваність смаку та відчуття «свята», де б не купив напій — у будь-якій країні світу.
- Для компанії: можливість продавати практично однаковий продукт (підсолоджену газовану воду) значно дорожче за безбрендові аналоги.

2. Особистість бренду

Життєрадісний, теплий, об'єднуючий.

3. Відмінність від конкурента

Coca-Cola асоціюється з традицією, ностальгією та «оригінальним» смаком (класика, спадковість), тоді як Pepsi у свідомості людей частіше пов'язана з молодістю, енергією та бунтарством.

4. Що захищати від копіювання

Форму пляшки (контурна пляшка — зареєстрована як товарний знак), фірмовий шрифт логотипу та колір (Coca-Cola Red), а також рецептуру смаку.