



<http://newbranding.ru>



# Когда бренд не нужен

**Виктор Тамберг**

**Консультационное бюро «ТАМБЕРГ & БАДЬИН»**

**Санкт-Петербург 2010**



**Основной недостаток ВСЕХ  
концепций брендинга – претензия  
на универсальность.**

**УНИВЕРСАЛЬНЫХ РЕШЕНИЙ**

**НЕТ!**

# Разные продукты – разные потребности – разный подход к брендингу



# 1. Утилитарный продукт

**Продукт, привычный в рационе,  
не имеющий особых  
потребительских свойств,  
отличных от аналогов.**

**Выбор: цена \ качество,  
привычка**



## 2. Усовершенствованный продукт

**Продукт, обладающий особыми потребительскими свойствами, предназначенный для узких ситуаций потребления.**

**Выбор: рациональные выгоды от потребления**





## 3.ИМИДЖЕВЫЙ ПРОДУКТ

**Продукт, апеллирующий к  
воспринимаемому имиджу  
потребителя, служащий  
элементом этого имиджа.**

**Выбор: соответствие  
желаемому образу.**



# 4. Гедонистический продукт

**Продукт, служащий для получения удовольствия.**

**Выбор: получение удовольствия+ соответствие самопредставлению.**



## 5. Культурный продукт

**Продукт, являющийся частью стандарта потребления определенной культурной группы.**

**Выбор: соответствие групповым стандартам потребления.**

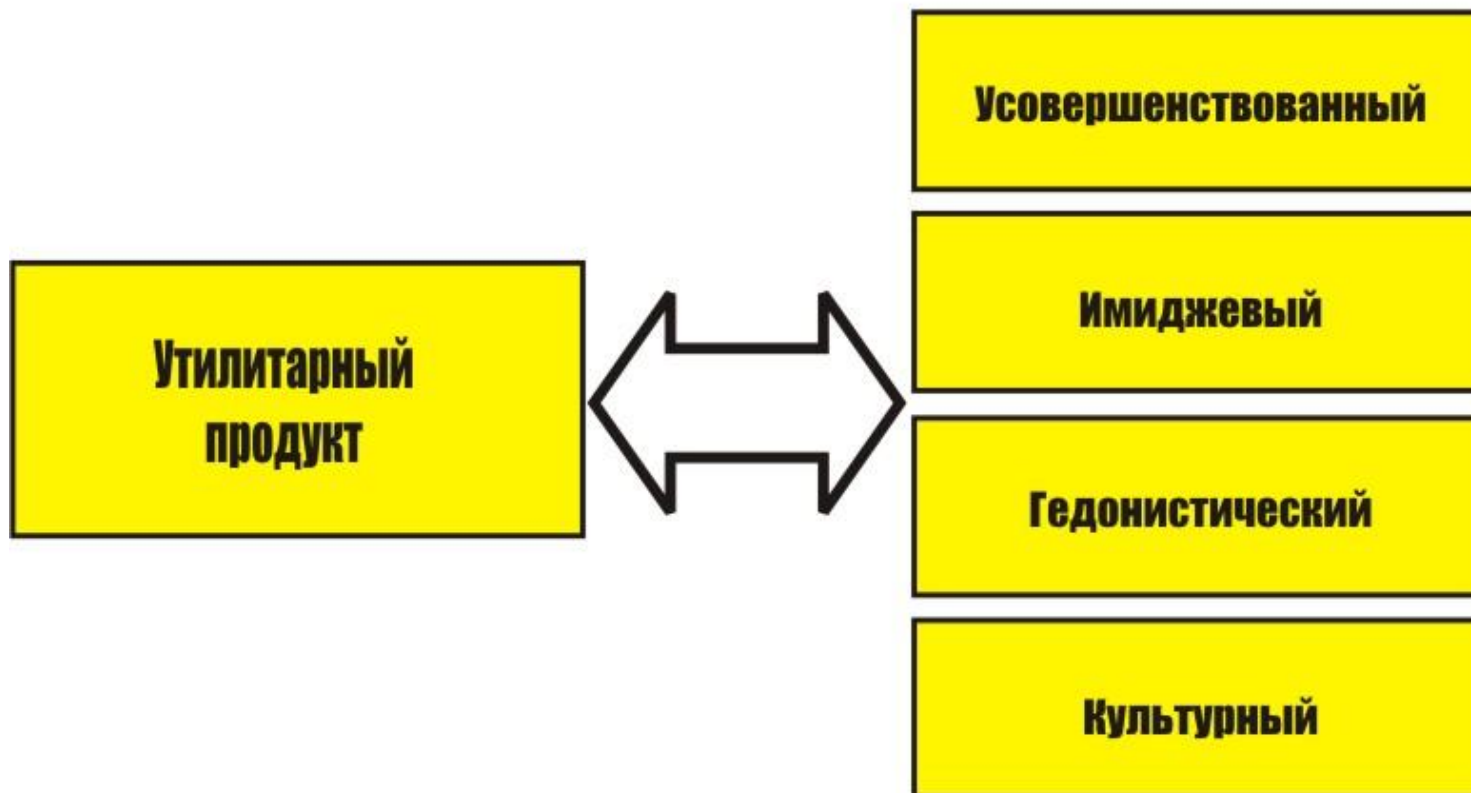




# Актуальность брендинга

**Брендинг неактуален**

**Брендинг актуален**



# Утилитарный продукт: что делать?

**Трейд-маркинг: рост воспринимаемого качества продукта**

- **нейминг (главное – узнаваемость)**
- **«богатая» упаковка продукта**
- **работа на всеобщее знание марки**
- **дистрибьюция, мерчендайзинг**

**Никаких идеологий, стратегий, «эмоций» и прочего!  
Рост воспринимаемого качества – залог успеха  
утилитарного продукта.**

# Трейд-маркинг это НЕ брендинг

**У утилитарных продуктов есть свои плюсы:**

- **огромная аудитория потребителей**
- **низкий риск выбора неверной стратегии**
- **почти любая реклама работает**

**Есть и минусы:**

- **низкий «потолок» наценки на бренд**
- **низкая лояльность потребителя**
- **постоянные затраты на поддержание знания марки**

Скачать pdf-версии презентаций, а также задать вопросы и обсудить интересующие темы вы сможете на нашем сайте

[www.newbranding.ru](http://www.newbranding.ru)

**Спасибо за внимание**

