

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



**Тамберг & Бадьин представляют:**

**Школа**



**брендинга**

*Тамберг & Бадьин*



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

# Построение бренда

## Урок 2

**Идея бренда-  
Потребности человека-  
ролевые модели**

*Тауберг & Бадкин*



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

# Рынки развиваются

**Ситуативные модели теряют актуальность**

**Функциональные особенности продукта  
становятся слабым основанием для выбора**

**Все объекты потребления становятся почти одинаковыми**

*Тауберг & Бодкин*



*www.newbranding.ru*

**внедорожники  
смартфоны  
одежда**

**С точки зрения ситуативных моделей, разницы нет или она незначительна\***

**обувь  
алкоголь  
многое другое**

*Тауберг & Баджи*

**\* Внутри категорий**



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

**Помните: бренд = стереотип**

**Стереотип = уникальность**

**Уникальности нет?**

**Включается следующий уровень потребностей.**

*Тауберг & Бадкин*



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

**Потребитель:**

~~Для чего это?~~

**Для кого это?**

*Тауберг & Беггин*



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

**КТО Я** (он, она, они)

**Если у МЕНЯ** (у него, у нее, у них) **ЕСТЬ ЭТО?**

**Бренд становится критерием оценки себя и других людей.**



*Тауберг & Бодкин*



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

**«КТО» – ТОЖЕ СТЕРЕОТИП**

**«КТО» - РОЛЕВАЯ МОДЕЛЬ**

*Тауберг & Бегин*



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

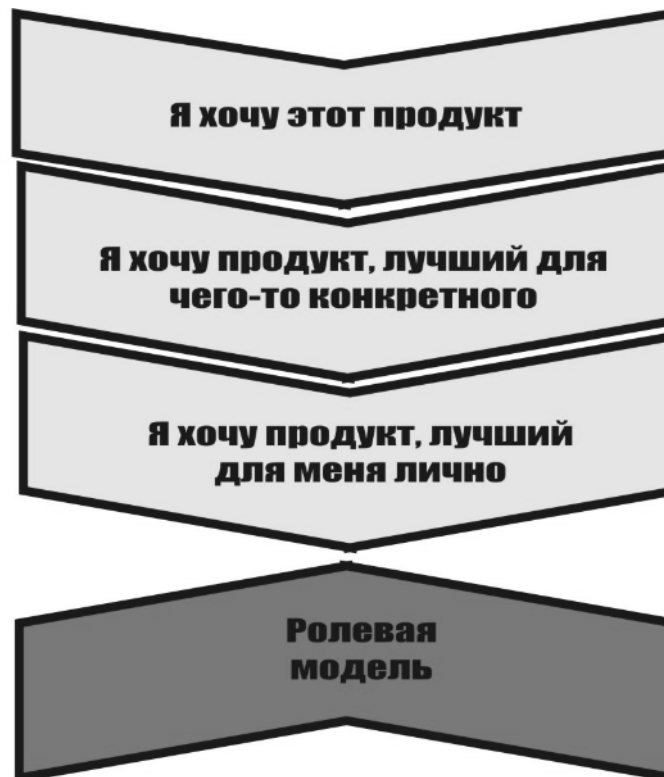
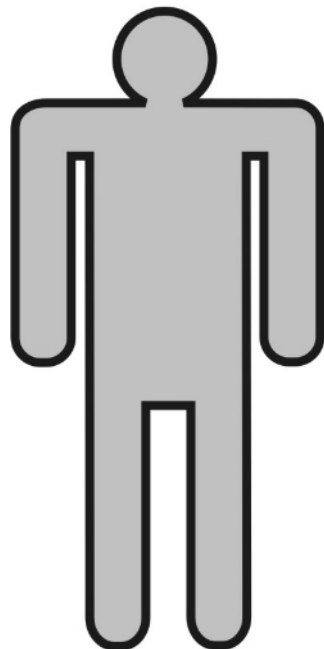
# **Ролевая модель:**

**Стереотипный образ, эталонный набор поведенческих характеристик, присущий определенному типу человека .**

**Ролевая модель отражает портрет потребителя и шаблон поведения в конкретной ситуации или наборе ситуаций**

*Тауберг & Бадкин*

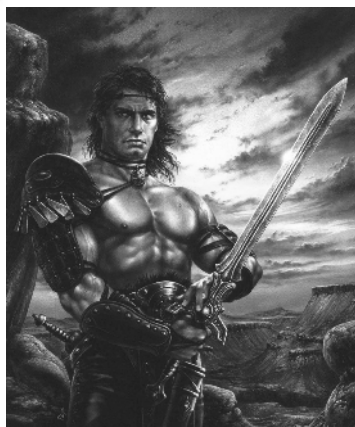
[www.newbranding.ru](http://www.newbranding.ru)



Тамберг & Бадкин

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

## Ролевые модели



Таубер & Бегун



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

# **Ролевая модель – ОСНОВА ИМИДЖА**

**Роль бренда в процессе выбора резко возрастает.**

*Тауберг & Бодкин*



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

**Бренд, сам по себе, не может  
обладать:  
-архетипами  
-личностью  
-характером  
-прочими характеристиками,  
которые присущи только  
человеку.**

*Тауберг & Бодкин*



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

**Бренд должен соответствовать обладателю ЭТИХ СВОЙСТВ!**

Тауберг & Бодкин



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

**Если для объекта потребления важен  
имидж (демонстрационное или  
гедонистическое потребление), ролевая  
модель - главная причина выбора**

**Для прочих категорий, ролевая модель  
– фактор дифференциации**

*Тауберг & Бодкин*

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

**Motorola RAZR – причины  
популярности?**

~~Функционал? Толщина?~~

**Имидж  
обладателя!**



*Тамберг & Бегун*



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

## **Мужские ролевые модели:**

**-босс**

**-крутой парень**

**-лидер**

**-отец**

**-тусовщик**

**-свой парень**

**Другие**

*Тауберг & Бадкин*



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

## **Женские ролевые модели:**

- красотка**
- нимфетка**
- мечтательница**
- стерва**
- светская львица**
- подруга**
- другие**

*Тауберг & Бодкин*



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

## **Унисекс ролевые модели:**

- специалист**
- родитель**
- помощник**
- гражданин**
- исследователь**
- другие**

*Тауберг & Бодкин*



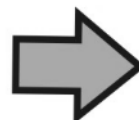
[www.newbranding.ru](http://www.newbranding.ru)

# Каждой ситуативной модели соответствует свой набор ролевых моделей!

Ситуативная  
модель

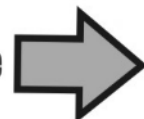
Ролевая  
модель

Уборка



~~Хозяйка~~  
~~Аристократка~~

Соблазнение



~~Хозяйка~~  
~~Аристократка~~

Тауберг & Баджи



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

**Реальная жизнь:**

**Ролевые модели в брендинге-  
большая редкость.**

**(ведь методик разработки идей бренда не существует!)**

*Тауберг & Бодкин*



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

**Вместо ролевых моделей, иногда  
используют какие-либо личностные  
качества обладателя.**

**Но психика человека достраивает  
стереотип и...**

*Тауберг & Бадкин*

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



**Машина для  
«модницы»**



**Машина для  
«воина»**



**Машина для «крутого парня»**

*Таубер & Боден*



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

**Однако!**

**На некоторых рынках,  
ролевые модели также уже  
неактуальны...**

**Или их выбор невелик...**

**Или они все «заняты»...**

**Shit happens...**

*Тауберг & Бодкин*



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

# **Имидж требует Уточнений!**

*Тауберг & Бодкин*



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

**Переходим на  
следующий уровень  
потребностей  
человека!**

*Тауберг & Бодкин*



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

**Продолжение  
следует! ;)**

Тауберг & Бодкин



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

pdf-

,

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

*Тандер & Брайс*