

www.newbranding.ru

Брендинг рынка услуг

Виктор Тамберг

Тамберг & Бегун

www.newbranding.ru

В чем разница между товарами и услугами?

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

ЕЁ НЕТ

Тандер & Бегун

www.newbranding.ru

**Для потребителя, и товары и
услуги – рыночные продукты,
решающие его запросы**



Таунберн & Бэггин

www.newbranding.ru

Но есть проблема:

Тауберг & Беггин

www.newbranding.ru

**Бренд это стереотип.
Стереотип создается в связи
с уникальным и\или
ощутимым (как минимум)
явлением.**

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

**Некоторые услуги не
видны, не осязаемы и
не уникальны,
следовательно
стереотип не может быть создан.
Брендинг невозможен.**

Тауберг & Бадкин

www.newbranding.ru

**Нет бренда -
только утилитарное
потребление;
выбор по соотношению
цена\качество(удобство).**

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

Где выход?!

Изменить сам продукт (услугу).

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

**Потребитель предпочитает
переплачивать за:**

- уникальность**
- демонстрацию**
- гедонизм**

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

1. УНИКАЛЬНОСТЬ

**Расширение (или сужение)
услуги до того уровня,
чтобы она стала
УНИКАЛЬНОЙ.**

**(расширение – включение смежных услуг, сужение –
подстройка услуги под запросы конкретной группы)**

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

2. Демонстрационность

**Создание символов
демонстрации, которые
показывают окружающим
факт пользования услуги.**

(услуга должна стать видимой другим)

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

3. Гедонизм

**Предоставление
артефактов, делающих
потребление услуги
ОЩУТИМЫМ.**

**(в идеале – обладающим особыми позитивными
ощущениями)**

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru



Taussep & Egozin

www.newbranding.ru

**Измененный продукт (или
же его уникальная часть)
уже может быть
брендирован**

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

ИЩЕМ ВОЗМОЖНОСТИ СОЗДАНИЯ:

- 1.уникальности**
- 2.демонстрации**
- 3.ощущений**

Тауберг & Бодкин

www.newbranding.ru

pdf-

,

www.newbranding.ru

Тандем & Бизнес