**Дәріс тақырыбы: Брендті орналастыру**

1 Брендті позициялау

2 Брендті позициялаудың негізгі түрлері

Брендті позициялау - брендті дамытудағы бастапқы және ең маңызды үдеріс. Брендті позициялау брендтің тауашасын және бәсекелестік артықшылықтарын анықтаудан басталады, брендтің тұтынушылар санасындағы позициясы, брендті позициялау негізінде брендтің коммуникациялық және визуалды бейнесі қалыптасады.

Брендтің позициясы және оның тұжырымдамасы ретіндегі ұстанымы бүкіл мақсатты аудиторияға, компанияның бүкіл қызметкерлеріне түсінікті, нақты және анық болуы керек.

Брендті позициялау коммуникация құралдарының көмегімен брендті мақсатты аудиторияға, түпкі тұтынушыға қалай жеткізетінін сипаттайды.

Сатып алушыларды көптеп тарту үшін фирмалар бренд-коммуникацияларды әртүрлі тәсілдермен пайдаланады, өйткені нарықтағы бәсекелестер арасында тұтынушылар үшін үнемі кескілескен күрес жүреді.

Брендті позициялау ауызша және көрнекі (визуалды) түрде жүзеге асырылады.

Брендті дұрыс орналастыру үшін келесі талаптарды ескеру маңызды:

1) бренд позициясының өзектілігі;

2) бренд ұстанымының тұтынушылардың қалауы мен күтулеріне сәйкестігі;

3) бүкіл мақсатты аудитория үшін брендті позициялаудың қолжетімді болуы;

4) брендтің бәсекелестерден ерекшеленетін сипаттамасының болуы;

5) барлық маркетингтік қызметтердің үйлесімділігі;

6) бренд имиджін тұтынушылар санасында бекіту мақсатында бренд ұстанымының тұрақтылығы.

Брендті позициялау - бұл оның тұтынушылар санасындағы орны. Брендті позициялау – тұтынушылар арасында бәсекелестердің ұқсас өнімдерімен жақсы салыстырылатын бірегей өнім/қызметті ұсына отырып, бренд өнімінің оң имиджін құру үдерісі.

Брендингті дамыту саласындағы кез келген компанияның негізгі мақсаты оның мақсатты аудиториясы үшін ұсынылатын өндірілген өнімнің бірегейлігін, маңыздылығын құру болуы керек.

Брендті позициялау – бұл сән жасау технологиясы болып табылады. Осыған байланысты бренд тұтынушылардың беделдегі қажеттіліктерін толық қанағаттандыру мүмкіндігіне ие болады.

Брендті орналастыру үшін компания ең алдымен оған сәйкес келетін тиімді және жұмыс жасайтын стратегияны таңдауы керек. Компанияда адал тұтынушылардың болуы және өсуі, брендтің бәсекеге қабілеттілік деңгейін одан әрі арттыру стратегияны дұрыс таңдауға байланысты.

Стратегияны таңдағаннан кейін сіз мақсатты аудиторияны анықтап, олардың қажеттіліктерін мұқият зерделеуіңіз керек.

Тұтынушылардың қажеттіліктері мен қалауларына назар аудара отырып, кез келген детальді назардан тыс қалдырмай, компания тауарды «брендті» ұсына отырып, тұтынушыларға берген уәдесін орындай алады.

Келесі маңызды қадам - ​​ұсынылған брендтің күшті және әлсіз жақтарын анықтау. Бәсекелестерді және олардың артықшылықтарын талдау.

Әрі қарай, брендті позициялау тұжырымдамасын, бренд атрибуттарын әзірлеу, брендке жарнама жасау және жүзеге асырылатын іс-шаралардың тиімділігін бағалау қажет.

Брендті позициялаудың негізгі міндеті – мақсатты аудиторияда бренд туралы оң бейнесін қабылдауды қалыптастыру.

Брендті позициялау брендті бәсекелестердің өнімдерінен ажыратуға көмектеседі.

Брендті дамыту және орналастыру барлық мақсатты аудиториялардың эмоционалды және ұтымды реакцияларына негізделген. Бұл тұтынушылар үшін маңызды және тұтынушылар санасында бренд имиджін нығайтуда шешуші рөл атқаратын артықшылықтар.

Бренд позициясы негізінде брендтің атрибуттары әзірленеді, шабуылдардан және бәсекелестердің әсерінен брендті қорғау кедергілері жасалады, компания брендін орналастыру стратегиялары таңдалады, маркетингтік коммуникациялар қалыптасады.

**Позициялау -** стратегиялық ниет (мақсат) немесе белгілі бір мақсатты аудиториядағы сараланған бренд имиджіне арналған дизайн

Брендті позициялау тұтынушыда брендті немесе бір ғана бренд атауын атап өткенде, оларда ассоциативті қабылдауды оңай қалыптастыруына және тауардың «брендтің» қажетті бейнесі тұтынушылар санасында оңай пайда болуын қамтамасыз етуге бағытталған.

Мысалы:

- McDonald's - дәмді және жылдам;

- Volvo - қауіпсіз автокөлік;

- Мерседес – бедел;

- Tide – мінсіз ақ зығыр үшін ұнтақ;

- Snickers - тез тағамдарға арналған шоколадты батончик.

Брендті позициялаудың негізгі түрлеріне мыналар жатады:

- брендтің бағасын анықтау;

- тұтынушылар бойынша брендті позициялау тұжырымдамасы;

- тұтыну жағдайына сәйкес орналастыру;

- өнімді пайдалану әдісіне сәйкес орналастыру;

- көшбасшылық, бедел, жаһандық қамту және т.б. бойынша орналастыру.

Бақылау сұрақтары:

1. Брендті позициялау
2. Брендті позициялаудың негізгі түрлері
3. Тұтынушылардың брендке көзқарасы