**Дәріс тақырыбы: Бренд портфелін басқару**

**1 Бренд портфолиосы**

**2 Бренд архитектурасы**

**3 Бренд портфолиосын басқару**

Бренд портфолиосы компанияның барлық қолданыстағы брендтері мен қосалқы брендтерінің жиынтығы болып табылады. Бұл ретте портфолиоға лицензиялық келісім негізінде компания басқаратын брендтер және бірлескен брендтер кіреді.

Бренд портфолиосын құрудың негізгі мақсаты нарық сегменттерінің үлкен санының қажеттіліктерін барынша қанағаттандыру болып табылады.

Нарықты люкс, премиум класстар, өнім, баға, тұтынушылардың күтулері, мақсатты аудитория сияқты жеке топтарға бөлуге болады.

Компания портфолиосындағы брендтердің саны брендтердің функцияларымен анықталады. Дегенмен, компания үшін қажетті брендтер санын анықтау үшін стратегиялық көзқарасты және компанияның бренд портфолиосындағы ұсынылған түрлердің одан әрі өміршеңдігі мен сұранысын бағалауды ескере отырып, теңгерімді және ойластырылған басқару шешімін қабылдау қажет.

Компанияның экономикалық өсімге қол жеткізуі және сату көлемін арттыру брендті кеңейту арқылы жүзеге асырылады.

Бір брендтің мүмкіндіктері шектеулі болғандықтан және нарықтағы өсіп келе жатқан сұранысты толық қанағаттандыра алмайтындықтан, компаниялар өсіп келе жатқан сұраныстың талаптарына жауап беретін жаңа брендтер жасайды.

Дегенмен, бұл үдеріс өте күрделі және компанияның маркетингтік қызметін мұқият зерттеуді талап етеді.

2 Бренд архитектурасы

Компанияның бренд портфолиосын құру үшін бренд архитектурасы болып табылатын ұйымдастырушы құрылымды құру қажет. Бренд архитектурасы компанияның маркетингтік стратегиясын, бренд портфолиосының тұтынушылық нарықтармен байланысын көрсетеді, сонымен қатар бренд портфолиосына кіретін брендтерді иерархиялық құрылымда орналастырады.

Бренд архитектурасындағы әрбір деңгей бір-бірімен тығыз байланысты, әрбір брендке бренд портфолиосының жалпы жүйесінде рөл беріледі.

**Сурет 1 – Бренд архитектурасы**

Бренд портфолиосын тиімді пайдалану үшін компания өзінің бренд портфолиосын басқаруы керек.

Бренд портфелін басқару – негізгі брендтің де, оның жеке брендтерінің де барлық брендтердің даму стратегиясын үйлестіру және есепке алу процестерін қамтитын күрделі процесс. Басқару процесі ірі компаниялар үшін ең қиын болып көрінеді, өйткені шағын бизнеспен салыстырғанда ірі бизнес брендтердің кең портфолиосына ие болады, ол көптеген брендтерді қамтиды.

Бренд портфолиосын басқару бүкіл компанияны басқару жүйесіндегі маңызды процестердің бірі болып табылады.

Компанияның бренд портфолиосы өзін-өзі басқара алмайды, сондықтан бір бренд портфолиосындағы брендтердің қайталануын болдырмау үшін бренд портфолиосын құрудың бүкіл үдерісін үйлестіру маңызды.

Сондай-ақ компанияның бренд портфолиосына кіретін брендтер арасында инновацияларды орналастыруды басқару маңызды, бұл жерде эксклюзивті инновацияны енгізу үшін қандай брендке артықшылық беру керектігін анықтау керек.

Инновацияны орналастыру белгілі бір брендтің нарықта орналасуын ескере отырып жүзеге асырылуы керек, өйткені инновация күшті бренд жасайды.

Бақылау сұрақтары:

1 Бренд портфолиосы

2 Бренд архитектурасы

3 Бренд портфолиосын басқару