**Дәріс тақырыбы: Бренд архитектурасы**

1. **Бренд архитектурасы**
2. **Бренд архитектурасының құраушы элементтері**
3. **Д. Аакер бойынша бренд архитектурасы**

Компанияның бренд архитектурасын дамытудағы маңызды процестер: брендтерді түрі бойынша топтастыру, қатаң иерархиялық реттілікте бренд ағашын қалыптастыру, брендтердің ассортиментін ұсыну.

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**

Д.Аакер брендтердің төрт деңгейлі иерархиясын жасады.

Бірінші деңгей өнімнің/қызметтің артында тұрған компанияны анықтауды сипаттайды.

Екінші деңгей әртүрлі тауарлардың сыныптарын сипаттайды.

Үшінші деңгейде кәсіпорын өнімдерінің сипаттамасы беріледі.

Төртінші деңгей суббрендтердің негізгі брендпен байланысын көрсетеді.

Біз белгілі бір брендті жобалағанда немесе кез келген брендтік жобаны жүзеге асырғанда, біз оны барынша мұқият және ұйымшылдықпен әзірлеу қажеттілігіне жиі тап боламыз. Осы себепті, біз әдетте бренд нарығында табатын дизайндардың көпшілігі физикалық немесе психологиялық сипаттамаларына сәйкес бөлінеді.

Бренд архитектурасы ретінде анықталады**бренд өз тұтынушыларының санасына таңуға болатын логикалық тәртіпті бейнелеу**. Осылайша, компанияны нарықта құрылымдауға және оны барынша үлгілі түрде орналастыруға болады.

Ол сондай-ақ стратегия немесе шығармашылық жоспар ретінде анықталады және белгілі, өйткені осылайша, **біз өз брендімізді жақсырақ орналастыра алдық** әлдеқайда жылдам және оңай жолмен. Сол сияқты, біз өсіп қана қоймай, сонымен қатар мақсатты аудиториямыз біздің мақсаттарымызды жақсы біледі.

Осы себепті біз сәйкестендіру жобасын жүзеге асырған сайын оны есте ұстау өте маңызды. Көптеген уақыттан бері біз брендтерді бөлектеу үшін ешқандай контекстсіз, мақсаттарсыз, бұрынғы функцияларынсыз, басқаларға ұсынатын кескінсіз жасаймыз. Мұның бәрі бренд құрылымын негізгі тетік ретінде пайдаланған кезде жақсы жаққа өзгереді.

Бақылау сұрақтары:

1. Бренд архитектурасы
2. Бренд архитектурасының құраушы элементтері
3. Д. Аакер бойынша бренд архитектурасы