

УДК 338.242

СПОСОБЫ РЕКЛАМНОГО ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА**А.П. НОВИЦКАЯ***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЁНОК)*

Обоснована необходимость продвижения бренда с целью повышения его узнаваемости. Представлены основные способы продвижения бренда. Особое внимание уделено рекламе и её роли в продвижении бренда. Изучены сущность и преимущества рекламного продвижения. Рассмотрены примеры успешных рекламных кампаний, используемых для продвижения бренда.

Вопросам продвижения бренда в современных условиях острой конкурентной борьбы уделяется большое внимание. Это обусловлено значимостью сильного бренда для укрепления конкурентоспособности и повышения эффективности деятельности организации. В первую очередь продвижение бренда влияет на его узнаваемость и усиливает лояльность потребителей.

В современном бизнесе недостаточно создать определенный продукт, который превосходит конкурентов по техническим или эксплуатационным параметрам – необходимо добиться узнаваемости бренда и подсознательного принятия его потенциальными клиентами.

Продвижение бренда компании – это комплекс мер, которые направлены на поиск целевой аудитории и создание позитивного имиджа.

Успех бренда определяется тем, насколько он популярен среди населения. А популярность бренд получает именно с помощью рекламы. Без неё бренд или компанию ждёт неудача. В современном мире существует огромное количество каналов передачи информации: телевидение, наружная реклама, интернет, газеты, журналы и т.д. и т.п. Реклама – направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого производится распространение информации для привлечения внимания к объекту рекламирования с целью формирования или поддержания интереса к нему [1].

Роль рекламы в продвижении бренда невозможно переоценить, так как она является главным двигателем процесса раскрутки и приобретения известности. Люди готовы переплачивать за репутацию компании, воспринимая это как показатель надежности и качества продукции или оказанных услуг.

Сегодня актуальность рекламы не вызывает сомнения так, как она играет ключевую роль в развитии рыночной экономики и является её важным элементом. Если производителя лишить такой эффективной связи с потребителем, какой является реклама, то он перестанет вкладывать деньги в совершенствование старых и создание новых товаров. Стремление к развитию, конкуренция в предпринимательстве будут увядать. Вот почему в странах с высоким уровнем жизни, массовым производством тратятся огромные деньги на рекламу. От обычного информационного сообщения реклама отличается заинтересованностью в конечном результате. Это не просто изучение информации, а изучение с определённой, вполне конкретной целью – увеличение спроса на товар.

Продвижение товаров направлено на рост эффективности их продаж. В маркетинге комплекс продвижения состоит из четырех элементов: реклама, стимулирование сбыта, связи с общественностью (PR) и личные продажи. Непосредственно рекламное продвижение ориентировано на широкую аудиторию и является средством создания воронки продаж.

Преимущества рекламного продвижения [2]:

- многозадачность (кроме продаж, реклама может распространять информацию о достижениях предприятия, поддерживать положительное отношение к организации, создавать хорошее впечатление у клиента после совершения покупки);

- широкий охват аудитории (реклама направлена на все категории потребителей);

- широкий территориальный охват (реклама способна охватить географически разбросанные рынки).

Безусловно, использование рекламы в продвижении имеет огромное значение, что обуславливает необходимость изучения способов продвижения бренда.

Основные способы продвижения бренда – это рекламные кампании, направленные на конкретную аудиторию с целью заинтересовать потенциальных клиентов и выгодно представить продукцию компании.

Продвижение товаров посредством рекламы осуществляется в несколько этапов: постановка целей; выбор исполнителей; формирование рекламного бюджета; разработка рекламного контента; выбор средств рекламы; определение календаря и графика выхода рекламы; оценка эффективности рекламного продвижения.

В зависимости от выделенного бюджета, рекламная кампания строится следующим образом [3]:

- объявления в печатной прессе, на телевидении и по радио. В зависимости от направленности бренда выбирается местный, региональный или общегосударственный источник информации;

- раскрутка через Интернет. Используется контекстная и баннерная реклама, активно продвигается бренд через социальные сети. Одно из условий успешной пиар кампании в сети – создание официального сайта и наполнение его профильным контентом, который привлечет потенциальных клиентов;

– участие в профильных выставочных мероприятиях. Это выгодное рекламное направление, так как на подобных мероприятиях формируется целевая аудитория из посетителей, что увеличивает шансы на успех;

– спонсорство. Стать спонсором массового мероприятия – это эффективный рекламный ход, к которому прибегают владельцы известных брендов. Цель – привлечение аудитории из разных слоев населения. Такой вид рекламы используют в качестве дополнительного способа раскрутки и поддержания имиджа компании;

– прямые презентации. Для этого выбираются площадки, схожие по направлению бренда. Презентация продуктов питания проходит на территории супермаркетов, а показ автомобилей в местах массового скопления людей (центральные площади города, достопримечательности).

Рассмотрим примеры наиболее удачных рекламных кампаний, которые были использованы для продвижения брендов. Представим данную информацию в таблице 1.

Таблица 1. – Примеры наиболее удачных рекламных кампаний при продвижении брендов

Бренд	Стоимость бренда	Рекламная кампания
Coca-Cola	87,6 млн долл.	Coca-Cola – праздник к нам приходит
Nike	30,120млн долл.	Nike – Just do it
Ред-булл	15,99 млрд евро	проект Red-Bull Stratos, в котором принял участие австриец Феликс Баумгартнер, совершивший прыжок со стратосферы
Starbucks	9,615 млн долл.	Появление в кадре сериала «Игра престолов» бумажного стаканчика, на котором был изображен логотип, напоминающий Starbucks
Tide	–	Появление рекламы компании в день «Супер Боул» во время финала регулярного чемпионата США по американскому футболу
Рафаэлло	–	Ролики от канала RaffaelloRussia: «Любви все равно» (набрал 6,7 млн просмотров), «Что значит любить» (набрал 19,5 млн просмотров)
Reebok	был продан в 2021 г. за 2,5 млрд долл.	Появление скандальной рекламы

Источник: составлено автором на основе анализа интернет-источников.

Как показывают эти и другие примеры удачной рекламы, эффект от использования этих инструментов может быть очень значительным. Так, например, информационный шум, который не утихал долгое время после предположительного появления в кадре сериала «Игра престолов» бумажного стаканчика, на котором был изображен логотип, напоминающий Starbucks, принес компании прибыль на сумму 2,3 млрд долларов. Таким образом, есть много примеров действительно успешного рекламного продвижения брендов, что подтверждает необходимость использования всевозможных инструментов и способов такого продвижения.

Реклама в продвижении бренда играет первостепенную роль, поэтому важно не ошибиться с маркетинговыми исследованиями и выбором способов продвижения бренда.

ЛИТЕРАТУРА

1. Тарасова, Н.Е. Роль рекламы в продвижении бренда / Н.Е. Тарасова; Д.Д. Баженов // Символ науки. – 2019. – № 5. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/rol-reklamy-v-prodvizhenii-brenda>. – Дата доступа: 27.09.2022.
2. Реклама как способ продвижения товара [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://spravochnick.ru/marketing/prodvizhenie_produkcii_marketingovye_kommunikacii/reklamnoe_prodvizhenie_tovarov/. – Дата доступа: 23.09.2022.
3. Способы продвижения бренда рекламой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.exponent.ru/ru/articles-of-exhibitions/2016/prodvizhenie-brenda-sredstvami-reklamy/>. – Дата доступа: 23.09.2022.