

УДК 339.138

**НЕОБХОДИМОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ СТРАТЕГИИ
ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ БРЕНДА MARK FORMELLE В ИНТЕРНЕТЕ****В.А. КОЛОСОВА***(Представлено: канд. экон. наук, доц. Е.П. ЛИСИЧЕНОК)*

Обоснована необходимость разработки стратегии продвижения бренда. Дана трактовка понятия «стратегия бренда». Представлены этапы разработки стратегии бренда. Обоснована необходимость использования инструментов интернет-маркетинга для разработки и продвижения бренда. Рассмотрено, как ООО «Марк формэль» использует инструменты интернет-маркетинга для создания и продвижения своего бренда.

В современных условиях ни один субъект хозяйствования не может функционировать без эффективных коммуникаций в силу постоянного взаимодействия с населением, потребителем своих товаров и услуг. В эффективном взаимодействии с потенциальным потребителем и воздействии на него, в формировании положительного имиджа и общественного мнения, поддержке со стороны потребителей и широкой общественности организациям призваны помочь инструменты маркетинга и определенные формализованные его процедуры, к которым относится и процесс продвижения бренда.

На данный момент важную роль в формировании стратегии продвижения бренда играет продвижение в интернете. При этом используются инструменты интернет-маркетинга, которые помогают облегчить задачу при продвижении, а также способствуют получению наилучших результатов.

В современном обществе Интернет является площадкой для торговли и рекламы. Однако маркетинговая деятельность в Интернете зачастую осуществляется без точно выверенной стратегии, что затрудняет успешную реализацию целей компании. Таким образом, формирование комплексной стратегии по продвижению бренда с использованием средств интернет-маркетинга является актуальной задачей для современных компаний.

В современном бизнесе недостаточно создать определенный продукт, который превосходит конкурентов по техническому или эксплуатационному параметру – необходимо добиться узнаваемости бренда и подсознательного принятия его потенциальными клиентами. Базовая формула бренда представлена на рисунке 1.

**Рисунок 1. – Базовая формула бренда**

Источник: [1, с. 25].

Формирование и продвижение бренда – это комплекс мероприятий, который направлен на повышение узнаваемости торговой марки и создание позитивного образа у целевой аудитории. Прежде, чем использовать технологии продвижения бренда, необходимо создать концепцию продукта.

Продвижение бренда компании – это комплекс мер, которые направлены на поиск целевой аудитории и создание позитивного имиджа [2].

Стратегия бренда – это целостное и всеобъемлющее видение дальнейшего пути компании или продукта. Она включает в себя абсолютно все составляющие, так или иначе связанные с брендом.

Одной из основных причин необходимости формирования стратегии при продвижении бренда является необходимость создания уникального и запоминающегося образа бренда. Конкуренция на рынке требует от компаний выделиться среди множества аналогичных товаров или услуг. Стратегия продвижения бренда позволяет определить основные ценности и преимущества бренда, которые будут привлекать внимание и интерес потенциальных клиентов.

Стратегия бренда предопределяет его будущее. Именно от нее зависит, чем станет продукт для целевой аудитории, как его воспримет потребитель, в каком направлении будет развиваться компания. Создание комплексной программы развития тесно связано с брендингом в целом и включает в себя следующие этапы (рисунок 2).

Продвижение бренда компании посредством сети Интернет является методически сложным и многоэтапным процессом.

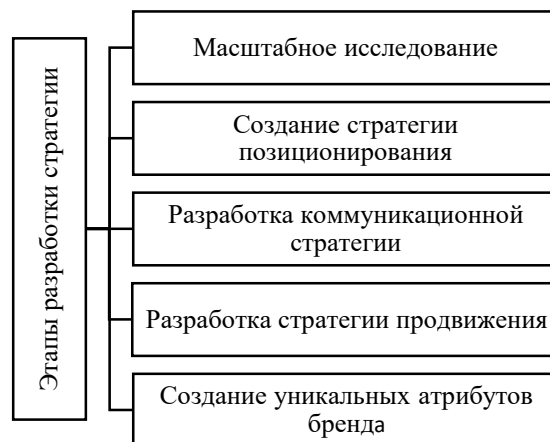


Рисунок 2. – Этапы разработки стратегии

Источник: составлено автором на основе источника [3].

Комплексное применение инструментария интернет-маркетинга компанией взаимосвязано с миссией и стратегией компании (маркетинговой и общекорпоративной). Стратегическое планирование продвижения бренда в Интернете может включать в себя исследование поведения потенциальных потребителей в виртуальной среде, изучение используемых конкурентами стратегий интернет-маркетинга, а также рыночной онлайн-среды в целом.

Стратегическое продвижение бренда в интернете может принести бренду множество преимуществ, основными из которых являются укрепление имиджа и узнаваемости, увеличение продаж и рост бизнеса, долгосрочная стабильность.

Укрепление имиджа и узнаваемости является одной из ключевых задач стратегии продвижения бренда. При создании и продвижении бренда, важно, чтобы он был воспринимаем потребителями так, как задумывалось. Стратегия продвижения бренда помогает определить, как именно бренд будет восприниматься и какие ассоциации будут связаны с ним и потребителей. Консистентность и последовательность в продвижении помогают увеличить узнаваемость и доверие к бренду.

Увеличение продаж и рост бизнеса является важной целью стратегии продвижения бренда. Хорошо спланированная стратегия помогает привлечь новых клиентов, удержать существующих и увеличить объем продаж. Она определяет, каким образом вы будете коммуницировать с потребителями, какие маркетинговые активности проводить и какие каналы использовать для достижения поставленных целей. Стратегия продвижения бренда помогает определить, какие преимущества вашего продукта или услуги вы будете подчеркивать, как вы будете выделяться на рынке и каким образом будете привлекать внимание потребителей.

Также преимуществом стратегии продвижения бренда является то, что она помогает создать долгосрочную стабильность и устойчивость бизнеса. Стратегия продвижения бренда позволяет более осознанно планировать и прогнозировать результаты, а также адаптироваться к изменениям в рыночной среде. Она помогает бренду быть гибким и адаптивным, чтобы успешно справляться с конкуренцией и изменениями в потребительском поведении [4].

На сегодняшний день социальные сети набирают большую популярность. Поэтому многие бренды активно развивают свои сообщества в социальных сетях, используя разные инструменты интернет-маркетинга. Развитие сообществ в социальных сетях дает бренду рассказать о себе большему количеству людей, а также построить доверительные отношения с потребителями. Развить свой бренд и стать наиболее конкурентно способным помогают социальные сети, поэтому бренды наиболее активно продвигаются именно с их помощью.

Рассмотрим, как использует инструменты интернет-маркетинга для создания и продвижения своего бренда ООО «Марк формэль».

Основным направлением по повышению органического трафика бренда является наращивание семантического ядра сайтов интернет-магазина. Это работы по SEO-оптимизации. Для этого в штате Mark Formelle работает SEO-специалист, который занимается именно этим направлением.

По контекстной рекламе в интернете бренд работает через вебмастеров. В Беларуси Mark Formelle работает с такими поисковиками, как Google и Яндекс.

Таргетированная реклама осуществляется через Instagram. Также бренд Mark Formelle включен в партнерскую сеть Flocktory. Это является еще одним элементом в процессе повышения трафика.

Результативность всех перечисленных методов достаточно высокая и отражается в показателях работы бренда. Mark Formelle часто пробует новое и, если инструмент не показывает положительных результатов, исключает его из плана, поэтому можно сказать, что все используемые каналы имеют высокую результативность.

Чтобы заинтересовать подписчиков бренд Mark Formelle постоянно использует различные способы для общения с аудиторией.

Бренд Mark Formelle занимает лидирующие позиции в рейтингах эффективности продвижения в социальных сетях, однако не имеет стабильной позиции. Также бренд имеет слабые позиции по сравнению с социальными сетями других брендов. Mark Formelle набирает высокую вовлеченность только при проведении розыгрышей, однако данный вид постов может в скором времени наскучить потребителям и активность аудитории может резко упасть. Бренду стоит поработать над идеями новых постов, которые будут вовлекать аудиторию, а также с помощью которых Mark Formelle будет получать высокий уровень обратной связи с пользователями.

Для успешного продвижения бренду Mark Formelle стоит сделать упор на разработку стратегии продвижения именно в сети интернет. Благодаря стратегии продвижения бренда можно лучше понимать свою целевую аудиторию, а также прогнозировать и адаптироваться к изменениям в ее потребностях и предпочтениях.

В итоге, формирование стратегии продвижения бренда является необходимым для достижения успеха и устойчивого развития бизнеса. Она помогает укрепить имидж и узнаваемость бренда, привлечь и удержать целевую аудиторию, увеличить объем продаж и обеспечить долгосрочную стабильность. Стратегия продвижения бренда позволяет определить уникальность и ценность бренда, выделиться среди конкурентов, создать доверие и лояльность у потребителей. Кроме того, она помогает адаптироваться к изменениям в рыночной среде и потребительском поведении, что является ключевым фактором для успешного развития бизнеса в долгосрочной перспективе. Все эти аспекты в совокупности способствуют достижению успеха и устойчивости бренда на рынке.

ЛИТЕРАТУРА

1. Колик, А. В. Бренддинг [Электронный ресурс] : учеб.-метод. комплекс / А. В. Колик. – Минск: БГУ, 2018. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/216934/1/Kolik.pdf>. – Дата доступа: 01.10.2023.
2. Продвижение бренда компании [Электронный ресурс] / Экспоцентр Москва. – Режим доступа: <https://www.expoctr.ru/ru/articles-of-exhibitions/2016/prodvizhenie-brenda-kompanii/>. – Дата доступа: 03.10.2023.
3. Концепция продвижения бренда: девять этапов творчества [Электронный ресурс] / Министерство экономического развития и имущественных отношений Чувашской Республики. – Режим доступа: <https://minec.cap.ru/action/activity/rinok/metodicheskie-rekomendacii-pamyatki-po-voprosam-po/konceptiy-a-prodvizheniya-brenda-devyatj-etapov-tvorche>. – Дата доступа: 04.10.2023.
4. Управление образом бренда в интернет-пространстве: цели, задачи, стратегии и тактики [Электронный ресурс] / Cyberleninka. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodika-formirovaniya-strategii-prodvizheniya-brenda-kompanii-s-ispolzovaniem-instrumentariya-internet-marketinga/>. – Дата доступа: 20.10.2023.