

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ МЕНЕДЖМЕНТА И МАРКЕТИНГА

УДК 339.138

ВЛИЯНИЕ БРЕНДОВ НА ВЫБОР ПОТРЕБИТЕЛЯ

О.С. Аладко, Д.С. Филипеня, 2 курс

Научный руководитель – А.В. Рыхлицкая, ассистент

Белорусский государственный технологический университет

В настоящее время влияние брендов на выбор потребителя очень велик. Придя в магазин, потребитель в большей степени обращает внимание на логотип товара, чем на его физические свойства и полезность. Бренд имеется на любом товаре: одежде, обуви, продуктах питания, игрушках, бытовых приборах и т.д. Одним словом, они окружают нас повсюду.

Так, Ф. Котлер писал, что «Бренд — это название, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг продавцов и их дифференциации от товаров или услуг конкурентов». Но на данный момент такое определение не совсем точное. В слово «бренд» входят как товар, так и его характеристики, статус, информация о производителе, качество. В рейтинге мировых брендов 2017 года на верхних строчках были такие бренды, как Apple Inc, Amazon, Microsoft, Coca-Cola, Google. [1]

Обычно бренды рекламируются двумя основными способами: PR-компаниями и самими покупателями. Задача PR-компаний заключается в разработке реклам и акций, которые бы способствовали продвижению фирмы. Вклад в развитие бренда покупателями состоит в том, что они делятся мнением о своих покупках знакомым, получается своего рода «сарафанное радио».

Бренд – лицо товара, потому что он показывает уникальность продукции и гарантирует покупателю, что тот получит именно то, что ожидает – это положительное свойство бренда. Единожды попробовав и запомнив марку понравившейся продукции, потребитель не будет искать товар другой фирмы, что поможет ему сэкономить время на поиски нужного товара. И в тоже время, это не есть хорошо, т.к. покупатель не сможет открыть для себя новые, возможно, более лучшие товары другой марки.[2]

При выборе товара люди в первую очередь обращают внимание на его внешний вид, в том числе и на бренд. Первое впечатление является очень важным, т.к. оказывает большое влияние на выбор потребителя. Он видит картинку, если она устраивает его, то он покупает товар, ежели нет, то не берет его. Очень часто потребитель покупает определенную марку товара, только потому, что часто наблюдает рекламные ролики о нем и имя этого товара у него «на слуху».

Известные бренды продолжают продаваться за счет того, что покупатели полюбили их. Бренды с мировой известностью подстраиваются под условия, потребности и ритм жизни населения.

Для продвижения бренда, многие фирмы используют популярных людей в качестве рекламы. На таком принципе развиваются новые фирмы в социальных сетях. Фирма предоставляет свою продукцию популярным людям, те в свою очередь выставляют пост с положительным комментарием о продукции. Поклонники видят это и думают «он пользуется товаром этого бренда, значит он ему доверяет, следовательно, у этого продукта отличное качество, поэтому и я куплю его». Так бренды становятся частью массовой культуры: музыкальные группы рекламируют марки одежды, обуви. К примеру, хип-хоп группа «Run-DMC» посвятила альбом кроссовкам Adidas, русский рэпер Тимати производит свою линию одежды под брендом «BLACK STAR WEAR».

Брендовые товары могут быть как дорогие, так и подешевле. Товары дорогого бренда представлены в виде автомобилей, бытовой техники, современных гаджетов – то, что не всем по карману («BMW», «IBM»). Владея вещами дорогих известных марок, человек ощущает роскошь и превосходство над другими. Это стимулирует его к покупке дорогих брендовых товаров. Иногда такие товары вовсе не нужны или есть аналогичный по своим свойствам и качеству товар, но более бюджетный. Тем не менее это не изменит выбор покупателя.

Что касается товаров дешевых брендов, то это продукты питания, бытовая химия, одежда – все то, что используется в обиходе («Coca-Cola», «Belita-Vitex»).

Чаще всего существуют аналоги дорогих брендов. Это можно заметить в одежде («Gucci»–«Zara»), косметике («MAC»–«Maybelline»), автомобилях («Mercedes-Benz»–«Nissan») и т.д. Без-

условно, разница в качестве есть, но бюджетные аналоги не настолько плохи, что бы ими нельзя было пользоваться.

Примером того, что известный бренд влияет на выбор потребителя, являются изделия корпорации Apple. Почему же их продукция всегда была на пике популярности, несмотря на ее стоимость?

Первая причина, по которой люди стремятся приобрести товары фирмы Apple, – это статус. Ноутбук, телефон, различные аксессуары – все это постоянно находится на виду. При этом основная реклама этих продуктов была имиджевой, т.е. демонстрировала образ обладателя: «У тебя Apple – ты небанальный, стильный, современный, модный, не такой, как все». Но на самом деле, владение тем или иным устройством не является критерием, по которому можно судить о человеке.

Вторая причина связана с таким выдающимся человеком, как Стив Джобс. Он является основателем корпорации Apple Inc и благодаря своим разработкам стал известной личностью еще при жизни. А продукт, связанный с великим человеком, всегда воспринимается ближе, чем аналог, за которым не стоит конкретный индивид.

Следующая причина заключается в том, что компания Apple разрабатывает и выпускает не только устройства, но и программное обеспечение для них. Проще разобраться с принципом работы одного устройства, который характерен для всех моделей этой фирмы, чем с несколькими гаджетами, различных производителей.

При наличии множеств достоинств, как и любое другое устройство, телефоны Apple имеют свои недостатки: малая мощность аккумулятора, ограниченный объем памяти, наличие бесполезных программ, ухудшение работы при низких температурах и т.д. Все это влияет на общую характеристику телефона. Поэтому некоторые люди выбирают устройства других брендов (Samsung, Xiaomi, OnePlus), которые не имеют таких недостатков и более дешевые.

Я уверена, что большая часть пользователей телефонов Apple не используют даже половины его функционала, что свидетельствует о том, что он им нужен только для самопиара. Многим людям неважно удобен такой телефон или нет, но им важно владеть телефоном именно этой фирмы, потому что это «модно» и современно.

iPhone были навязаны обществу на подсознательном уровне, грамотным пиаром и давлением на человеческую индивидуальность. Существует такое мнение, что покупая новый iPhone, человек будет отличаться от других. Это вовсе не так, ибо таких поклонников "яблока" уже очень много. Но на данный момент все абсолютно не так, сейчас наоборот, если человек не имеет телефона Apple, то он выделяется среди остальных.

Таким образом, я пришла к выводу, что современное население сильно зависит от бренда. Бывает, что люди затрудняются изучить все свойства покупаемого товара. Тогда на помощь приходит бренд, который выделяет из всех характеристик товара те, которые важны для потребителя. Все люди сталкиваются с огромным количеством схожих товаров, и у них нет желания и времени сравнивать достоинства и недостатки. Именно по этой причине в каждой организации большое внимание уделяется бренду. Иначе говоря, бренд – заранее сформированная гарантия успешного продвижения товара.

Список использованных источников

1. Список самых дорогих брендов мира: Википедия – свободная энциклопедия. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Список_самых_дорогих_брендов_мира

2. Годин А.М. Брендинг: Учебное пособие. – 2-е изд., – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2006.