

Брендинг в современном искусстве

Что такое бренд?

* **Бренд** (англ. brand— товарный знак, торговая марка) — термин в маркетинге, символизирующий новый инновационный продукт или услугу; популярная, легко узнаваемая и юридически защищённая символика какого-либо производителя или продукта.



Основными характеристиками бренда являются:

- * основное его содержание;
- * функциональные и эмоциональные ассоциации, которые выражаются покупателями и потенциальными клиентами;
- * словесная часть марки или словесный товарный знак;
- * визуальный образ марки, формируемый рекламой в восприятии покупателя;
- * уровень известности марки у покупателя, сила бренда;
- * обобщенная совокупность признаков бренда, которая характеризует его индивидуальность;
- * стоимостные оценки, показатели;
- * степень продвинутости бренда;
- * степень вовлеченности бренда в целевую аудиторию и ее отдельные сегменты.

Коммерция + культура = БРЕНДИНГ

Брендинг– это процесс создания и развития бренда, основной способ дифференциации продуктов, инструмент продвижения товаров на рынок и создания долгосрочной связи с потребителями на основе актуальных для потребителей ценностей, заложенных в бренд.

Программа создания и продвижения брендов

- * выбор целевой аудитории, выявление ее проблем и ожиданий;
- * формулировка послания (мессиджа) – описание содержания бренда, то есть той «волшебной истории», приобщение к которой способно воплотить мечты;
- * обеспечение известности и узнаваемости бренда, включающее серию событий, привлекающих внимание СМИ и общественности и подтверждающих «волшебную историю»

Что такое ребрендинг?

- * Ребрендинг — активная маркетинговая стратегия, которая включает комплекс мероприятий по изменению любого его составляющих: названия, логотипа, визуального оформления, с изменением позиционирования.



ДТВ



перец



10 российских культурных брендов, известных в мире

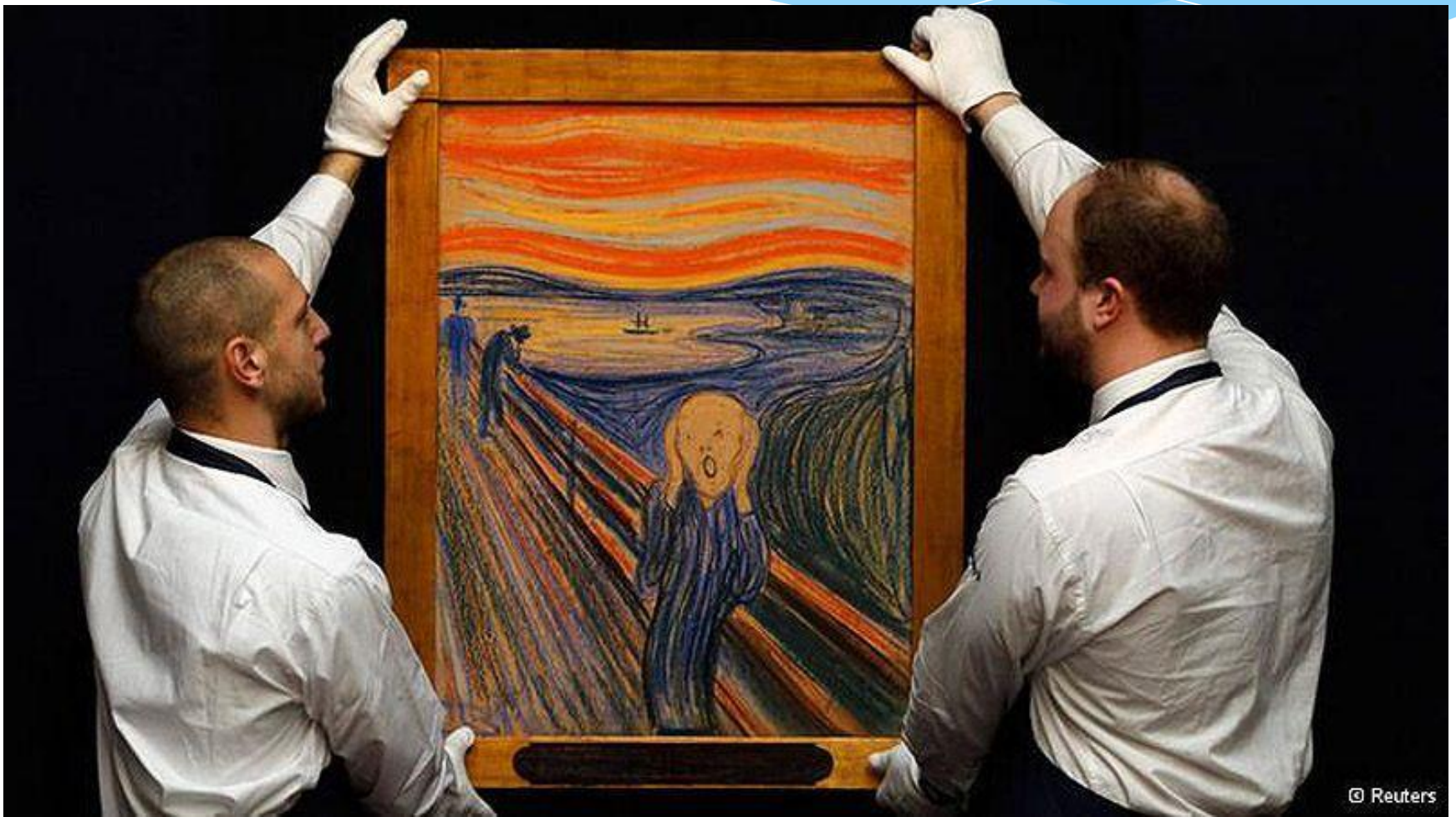
- * Чебурашка
- * Водка
- * Автомат Калашникова
- * Медведь
- * Балалайка
- * Русская зима
- * Русский цирк
- * Русский роман (классическая литература)
- * Спутник и Ю. Гагарин
- * Казаки



Интеграция бренда в современном искусстве



Произведения искусства –
история, а история – самый
ценный актив для бренда



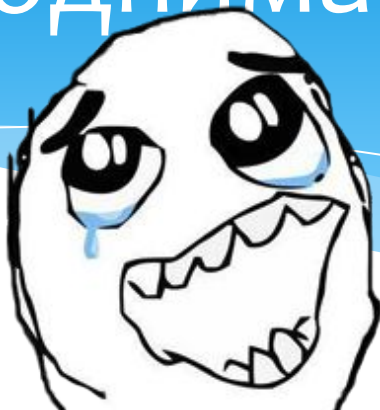
Современное искусство



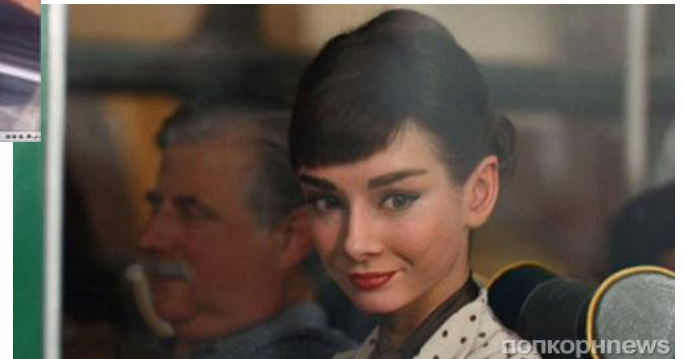
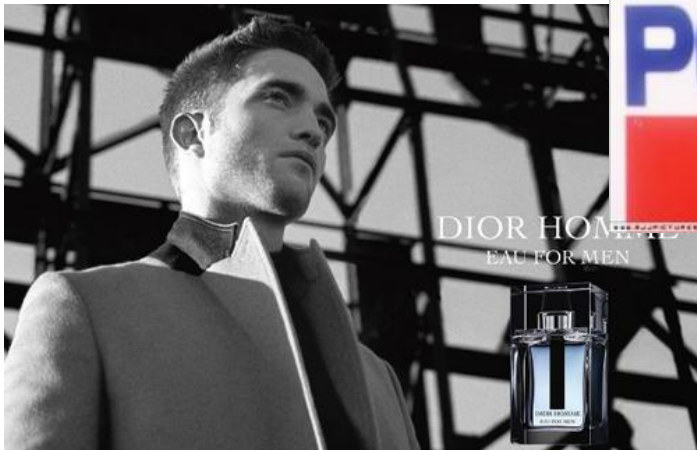
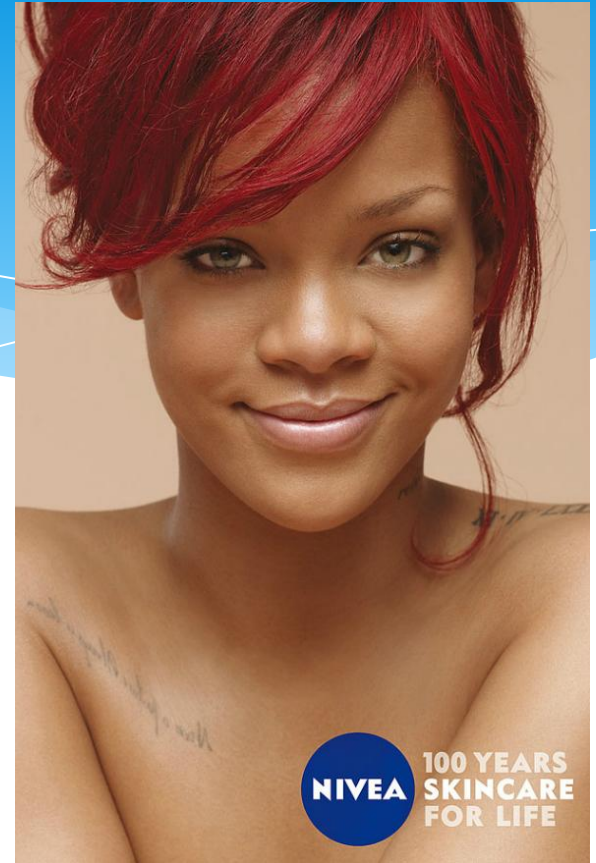
Николай

Я взял с собой камень и поехал на выставку современного искусства. Гуляя по выставке я оставил камень в центре зала, через 2 минуты вокруг камня стояло 8 человек.

Способы «поднимания» бренда



Celebrities





Elvis Presley et **HONDA**
unis dans le même succès...

1. Un succès l'autre est
 une preuve de "class".
 2. Un succès l'autre apporte le
 prestige, le succès,
 le goût de vivre...
 3. Un succès l'autre,
 voilà qui rassure.
**"Honda dans le même film WGM
 "L'Amour au quotidien vitesse"**

HONDA
SUPER CUB SPORT C110
le complément qui a été Elvis Presley
pour son film "L'Amour au quotidien"

12.888 F

A. COOPMANS
Importateur de Honda en France
Lobby d'Expansion
Rue de Brabant 50
1050 1111

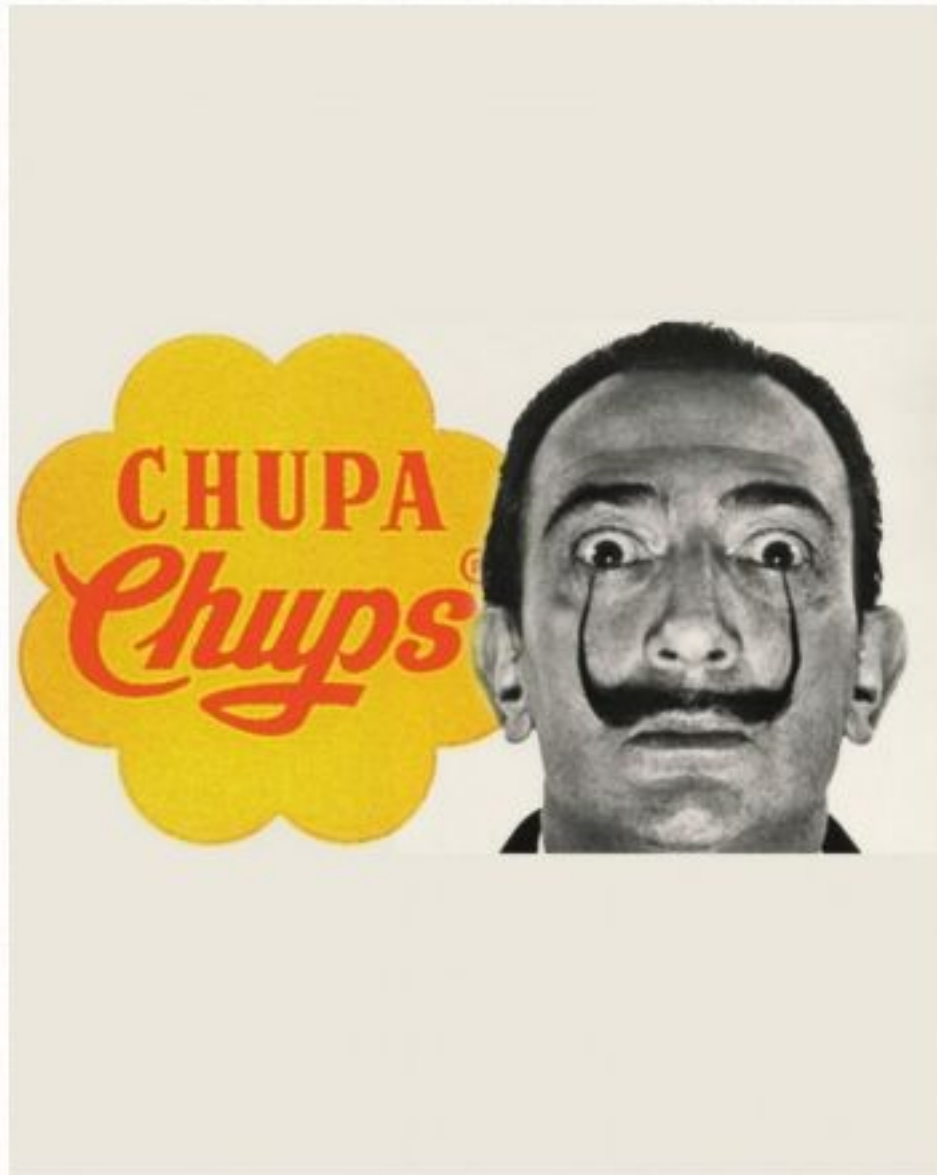
Remarque: une documentation, des brochures, à votre distributeur Honda ou à
Honda Motor, S.A., Centre International, Place Royale, Bruxelles 1, TB, 1050.

TAAG HAS ARRIVED TO CUBA
LUANDA - HAVANA - LUANDA - NOW WITH MONTHLY DIRECT FLIGHTS

TAAG
Always your company.

© 2008 TAAG. C-040 02 800 711 / 222 800 100





Логотип леденцов Chupa-Chups был разработан и нарисован в 1969 году Сальвадором Дали.

Мода - коллаборации



Следующая коллаборация H&M будет с Alexander Wang

Alexander Wang x H&M



СТИЛЬ ЖИЗНИ



Позиция западного бизнеса - Искусство способно помочь создать сильный бренд.

Автомобильная коллекция BMW.

В 1975 года компания регулярно приглашает художников создать свой авторский автомобиль.

Позиционирование бренда строится либо на выгодах (benefits) либо на эмоциях (emotions). Неудивительно, что в автомобильной отрасли, где позиционирование всегда основано на эмоциях, используется искусство.

Энди Уорхолл (1975):

"Я пытался изобразить скорость наглядно. Когда автомобиль движется очень быстро, все линии и цвета размыты".



Совместная программа Государственного Эрмитажа и компании "Кока-Кола"



В рамках данной акции Компания "Кока-Кола" выпустила ограниченный тираж эксклюзивных коллекционных банок "Кока-Кола" с фрагментами картин Ван-Гога, Сезанна, Гогена и Руссо, представленных в Государственном Эрмитаже. Фрагменты картин знаменитых художников вкраплены на привычном фоне в стандартной жестяной банке 0,33л. с подписью на каждой: "Часть средств, полученных от продажи каждой банки, пойдут на поддержку проекта".

Сотрудничество Эрмитажа и компании "Кока-Кола" началось еще в 1993 году, когда благотворительный фонд "Кока-Кола" (Атланта, США) предоставил музею долгосрочный грант в размере 320 тысяч долларов на приобретение оборудования для создаваемой в музее лаборатории научной реставрации темперной живописи. Сегодня эта лаборатория является одной из лучших реставрационных лабораторий в России. С тех пор "Кока-Кола" помогла успешно реализовать десятки значительных культурно-образовательных и социальных проектов.

googleartproject.com

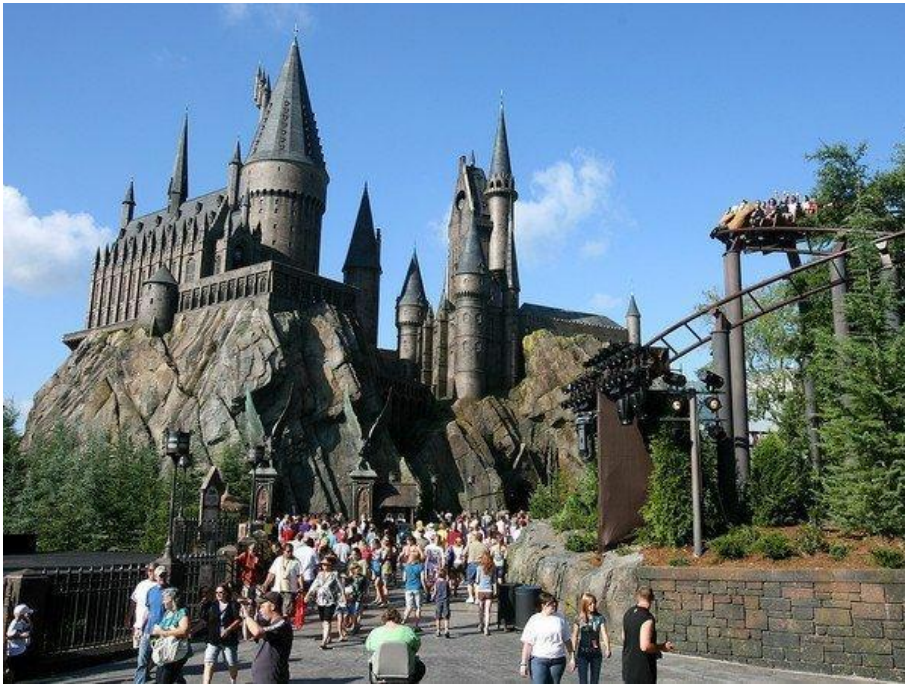
Компания GOOGLE предоставила пользователям со всего мира возможность осмотра коллекций музеев-партнеров в высочайшем разрешении, а так же возможность прогулки по залам музеев при помощи google street view.

“ [Музеи в виртуальном пространстве. Читать далее.](#) ”

Помимо удобства пользователей, данный проект безусловно является услугой компании Гугл и привлекает внимание к ней самой.



Одним из самых распространенных способов связать свой бренд с искусством традиционно являлось спонсорство и поддержка организаций искусства и культурных мероприятий.



Аудитория

