

Воспринимаемое
качество марочного
товара

Ожидаемый
уровень
качества
марочного
товара

Уровень
качества
приобретенн
ого
марочного
товара

Имидж
марочного
товара

Реальное качество
марочного товара





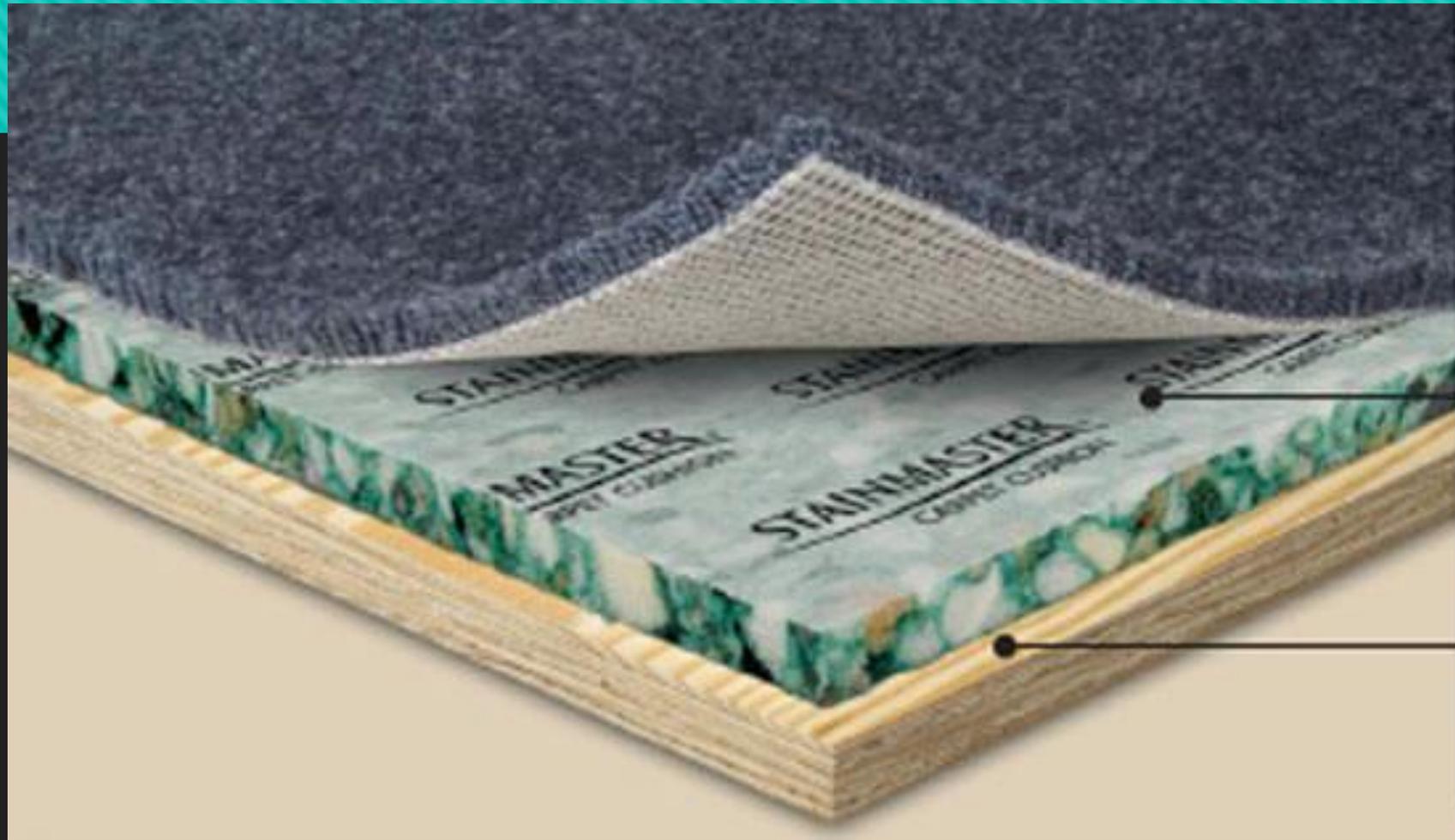
GIORGIO ARMANI

GIORGIO ARMANI

- Мотив покупки
- Установление премиальных цен
- Основа для дифференцирования/позиционирования
- Влияние на каналы распределения
- Обеспечение расширения границ бренда







Installation with
STAINMASTER®
carpet cushion
after extrusion
cleaning

Installation with
ordinary
carpet cushion
after extrusion
cleaning



cushion



subfloor



ГОСТ Р 51818-2003
Мука пшеничная хлебопекарная
высший сорт
Масса нетто - 2 кг.
Срок годности продукта 12 мес.
Срок хранения - 12 месяцев.
Хранить при температуре
окружающей среды не выше 25°C и
относительной влажности воздуха
не выше 70%.
Производитель: ООО "МАКФА",
г. Пенза, ул. Гайдук, д. 1, Пензенская обл.,
г. Пенза, мкр. Южный, д. 17.
Содержит 100% продукта

Энергетическая ценность	788
Белки	12
Жиры	0,5
Углеводы	80,5
Пищевые волокна	0,5
Зола	0,5
Витамины	
Вит. В1	0,05
Вит. В2	0,05
Вит. В3	0,05
Вит. В5	0,05
Вит. В6	0,05
Вит. В9	0,05
Вит. Е	0,05
Вит. Н	0,05
Вит. РР	0,05
Вит. С	0,05
Вит. С2	0,05
Вит. С3	0,05
Вит. С4	0,05
Вит. С5	0,05
Вит. С6	0,05
Вит. С7	0,05
Вит. С8	0,05
Вит. С9	0,05
Вит. С10	0,05
Вит. С11	0,05
Вит. С12	0,05
Вит. С13	0,05
Вит. С14	0,05
Вит. С15	0,05
Вит. С16	0,05
Вит. С17	0,05
Вит. С18	0,05
Вит. С19	0,05
Вит. С20	0,05
Вит. С21	0,05
Вит. С22	0,05
Вит. С23	0,05
Вит. С24	0,05
Вит. С25	0,05
Вит. С26	0,05
Вит. С27	0,05
Вит. С28	0,05
Вит. С29	0,05
Вит. С30	0,05
Вит. С31	0,05
Вит. С32	0,05
Вит. С33	0,05
Вит. С34	0,05
Вит. С35	0,05
Вит. С36	0,05
Вит. С37	0,05
Вит. С38	0,05
Вит. С39	0,05
Вит. С40	0,05
Вит. С41	0,05
Вит. С42	0,05
Вит. С43	0,05
Вит. С44	0,05
Вит. С45	0,05
Вит. С46	0,05
Вит. С47	0,05
Вит. С48	0,05
Вит. С49	0,05
Вит. С50	0,05



МАКФА

ПШЕНИЧНАЯ

МУКА

ВЫСШИЙ СОРТ

ОСНОВА ТВОРЧЕСТВА

2 кг

Изменение восприятия качества марочного продукта

- Изменение воспринимаемой выраженности атрибута
- Изменение оценки значимости атрибута
- Изменение идеального значения атрибута
- Акцент на игнорируемых атрибутах или добавление новых





пельмени



Дарья

КЛАССИЧЕСКИЕ

MADE TO THE HIGHEST QUALITY STANDARDS

450g



★ РУССКИЙ

ХАРАКТЕР ★

ПИВО ДЛЯ ДРУЗЕЙ

ТОЛСТЯК™

Пшеничное

ОТМЕННОЕ

КАЧЕСТВО

1,5 л





2.4. Лояльность бренду

Лояльность бренду

Это характеристика клиента, покупателя, определяющая его приверженность определенному бренду (корпоративному или товарному)

Типы лояльности бренду

- Поведенческая / транзакционная
- Аффективная / связанная с отношением

Виды комплексной лояльности

	Высокая удовлетворенно сть маркой	Низкая удовлетворенно сть маркой
Повторные покупки марки	Истинная	Ложная
Покупка конкурирующей марки	Латентная	Отсутствие

ВЫГОДЫ ОТ ЛОЯЛЬНОСТИ

- Сокращение расходов на маркетинг
- Обеспечение премиальных цен
- Удержание большей части потребителей при ухудшении макроэкономической ситуации
- Запас времени для ответа на угрозы конкурентов

Лояльность клиента бренду

- Готовность к повторным покупкам
- Готовность к рекомендациям
- Готовность к поддержанию и упрочнению сложившихся связей (клиент-партнер)

Программы поощрения лояльности

бренду

- Ценовые

- Дисконтные

- Бонусные

- Неценовые

- Стимулирование в активной форме

- Клубы постоянных потребителей





СантаХаус.

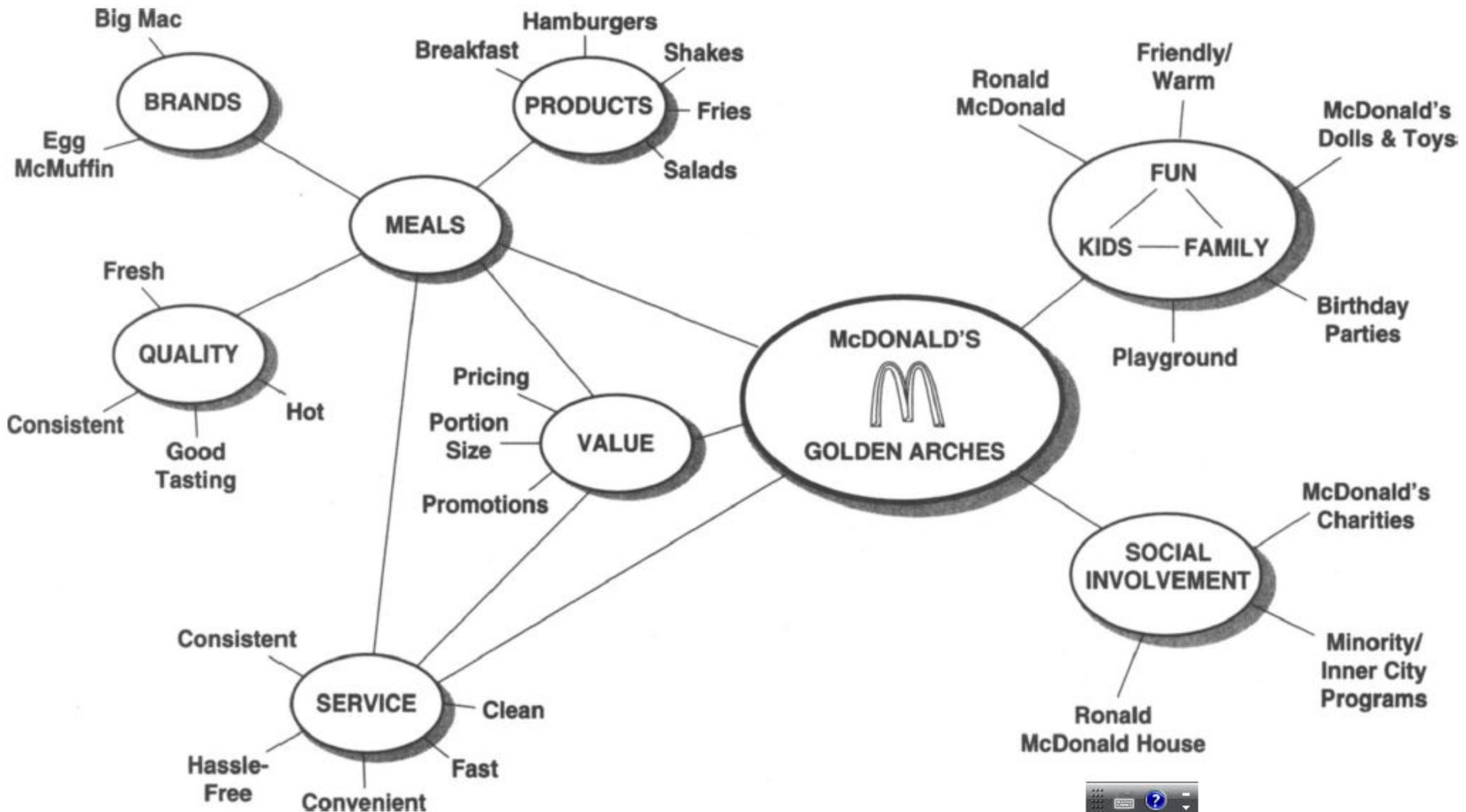


2.5. Ассоциации с брендом

Starbucks Mental Map

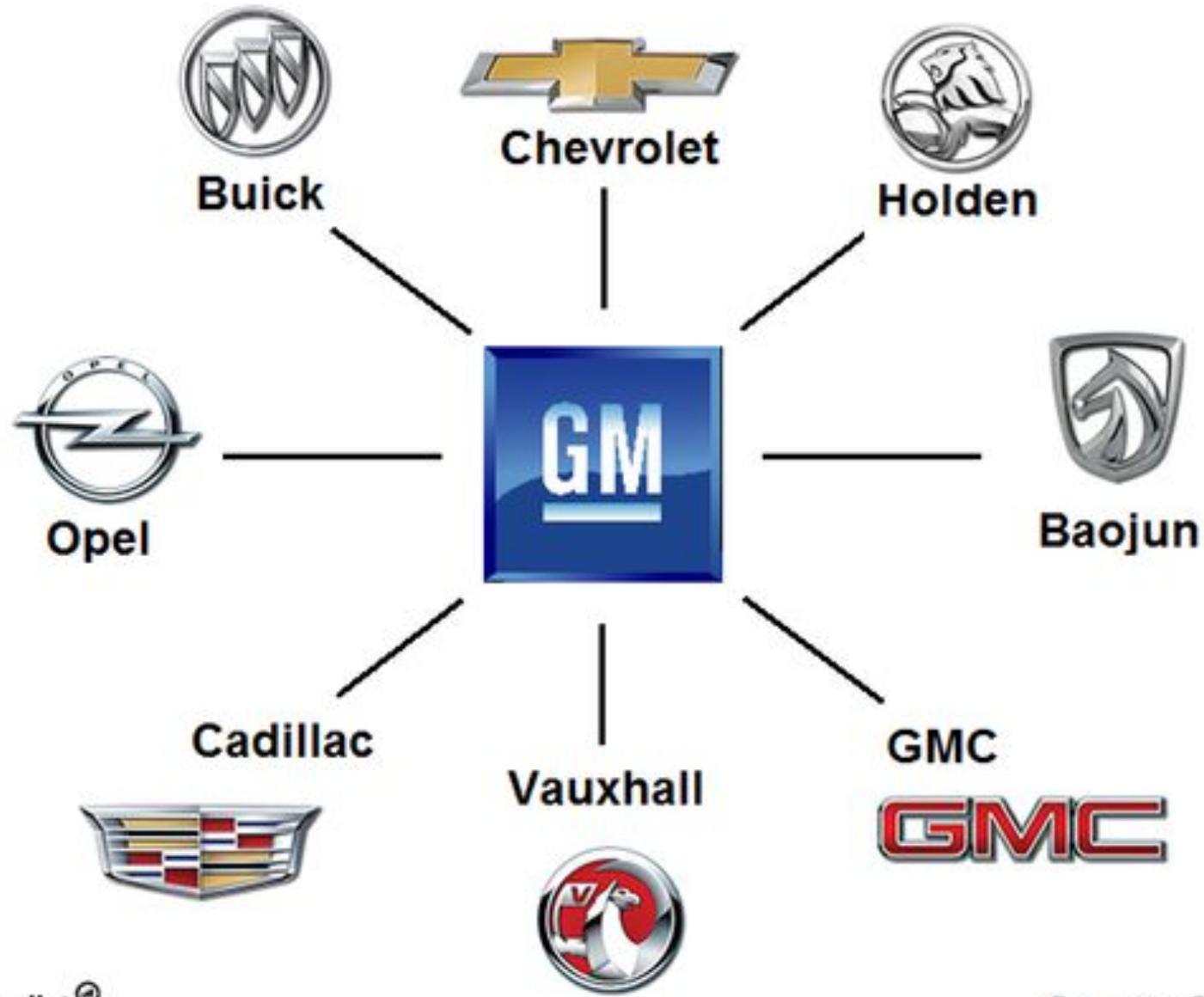


Average Boring Can
Old Brown
Tradition **Cheap** Family
Red Open Up Open Up Affordable
Quick Instant Coffee Decent
Fragrant Easy Soluble  **Instant**
3-in-1 Mass Market
Convenient Taste **Coffee** NTUC
Popular Nestlé Nice Aroma
Everywhere Well-Known
Warmth



- Содействуют усвоению информации
- Дифференцируют/позиционируют бренд
- Обеспечивают мотивацию к покупке
- Расширяют границы бренда

Key Brands of General Motors





feel clean
feel confident

Andrex[®]

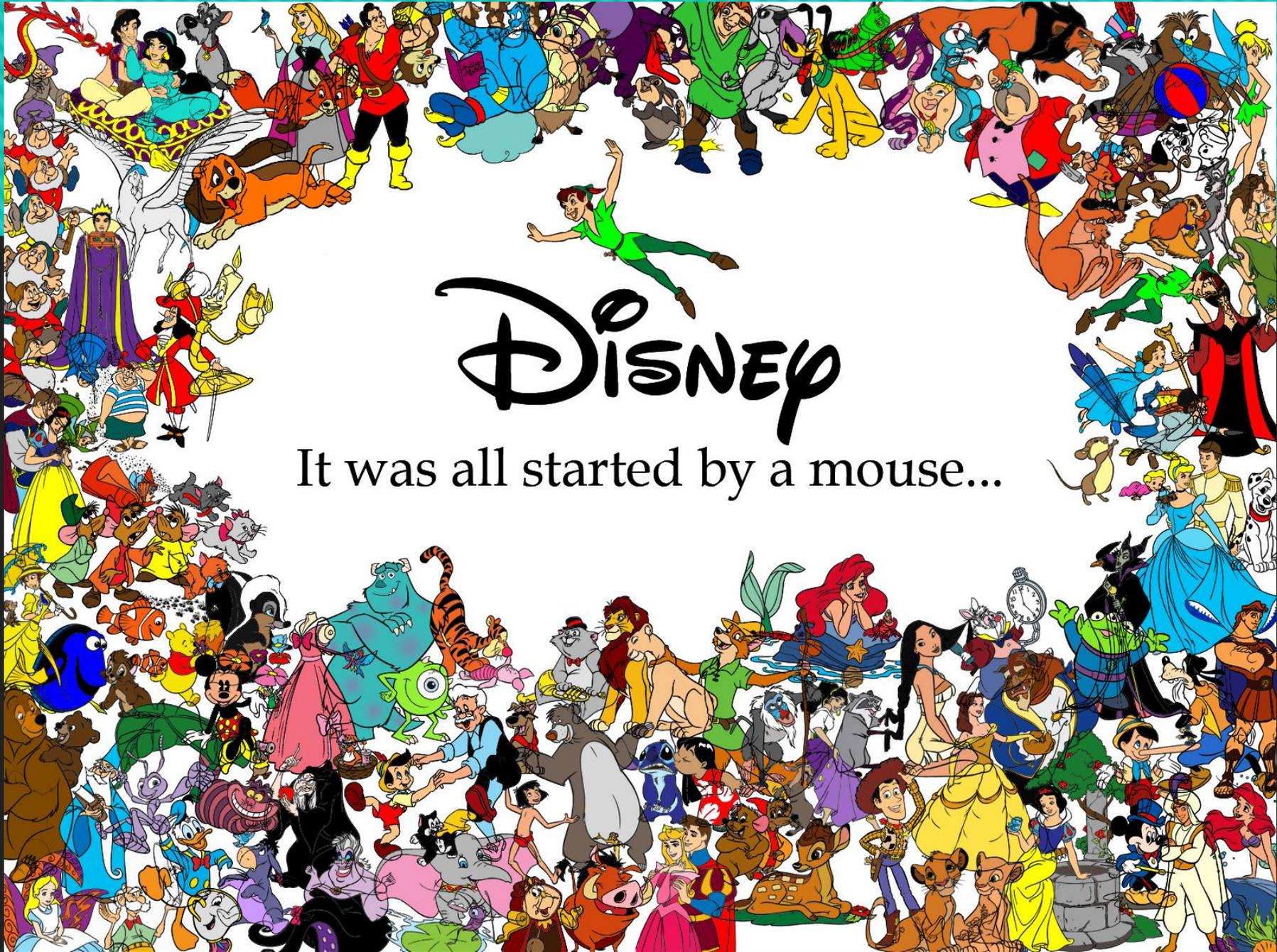
TOILET TISSUE

CLASSIC
WHITE



4
FAMOUSLY
SOFT ROLLS





Disney

It was all started by a mouse...

Атрибуты товара



Выгоды покупателя



Относительная цена



Использование/применение



Пользователь/образ жизни



Продуктовый класс



Конкуренты



Культурный символ



Страна происхождения

 Made
 in
 Germany

- best quality
- high standards

Свойства ассоциаций с брендом

- Сила
- Благоприятность
- Уникальность

Позиционирование, индивидуальность



амфора

amphora.ru

Компания, товар



ЖЦБ

