

Основы брендинга

Занятие № 2

Марочная ассоциация

Основные понятия и термины

Торговая марка

Торговая марка – влияющий на покупательское предпочтение комплекс марочных ассоциаций, возникающих в сознании потребителей по отношению к определённому товарному знаку или другому марочному идентификатору.

Товары создаются на фабриках.

Товарные знаки – в рекламных агентствах и дизайн-студиях.

Торговые марки существуют в сознании потребителей.

Основные понятия и термины

Марочная ассоциация

Товарный знак **Coca-Cola**



Коричневая газировка.
Американская.
Из растения «кока» и орешков «кола».
Вначале продавали в аптеках.
Производят из порошка.
Формулу порошка одновременно знают 3 человека.
Химия какая-то.
Если кинуть в бутылку какую-то конфету, то взорвётся.
Если поболтать и убрать газы будет вкуснее.
Хорошо мешать с водкой.

...

Торговая марка **Coca-Cola**

Основные понятия и термины

Марочная ассоциация

Марочная ассоциация – возникающая связь между товарным знаком или другими идентификаторами торговой марки и различными ощущениями, представлениями, мыслями, чувствами в сознании индивида, которая выражается в том, что появление в сознании одного из компонентов влечёт за собой и появление другого.

*То есть можно говорить о существовании **ассоциативной сети**, связанной с торговой маркой.*

Основные понятия и термины

Марочная ассоциация

Различают три уровня, на которых разрабатывается ассоциативная сеть торговой марки: **отношения, культура и мифология.**

Первый уровень (*отношения*) связан с содержанием торговой марки, её функциональными, индивидуальными, социальными и коммуникативными качествами.

Например, для торговой марки Coca-Cola: коричневая газировка, утоляет жажду, из растения «кока» и орешков «кола», Санта-Клаус, «Праздник к нам приходит!».

Основные понятия и термины

Марочная ассоциация

Различают три уровня, на которых разрабатывается ассоциативная сеть торговой марки: **отношения, культура и мифология.**

Культура бренда. Когда торговая марка касается традиций, обычаев и нравы народа, она попадает в его культурное пространство. Бренд, который использует культурные ассоциации, пропитывается духом народа, становится истинным национальным достоянием и подлинной народной гордостью, неотъемлемой частью культуры.

Например, трудно представить современную Германию без автомобилей Volkswagen, BMW, Audi, Opel и Mercedes.

Например, торговая марка «9 мая» для русского человека.

Основные понятия и термины

Марочная ассоциация

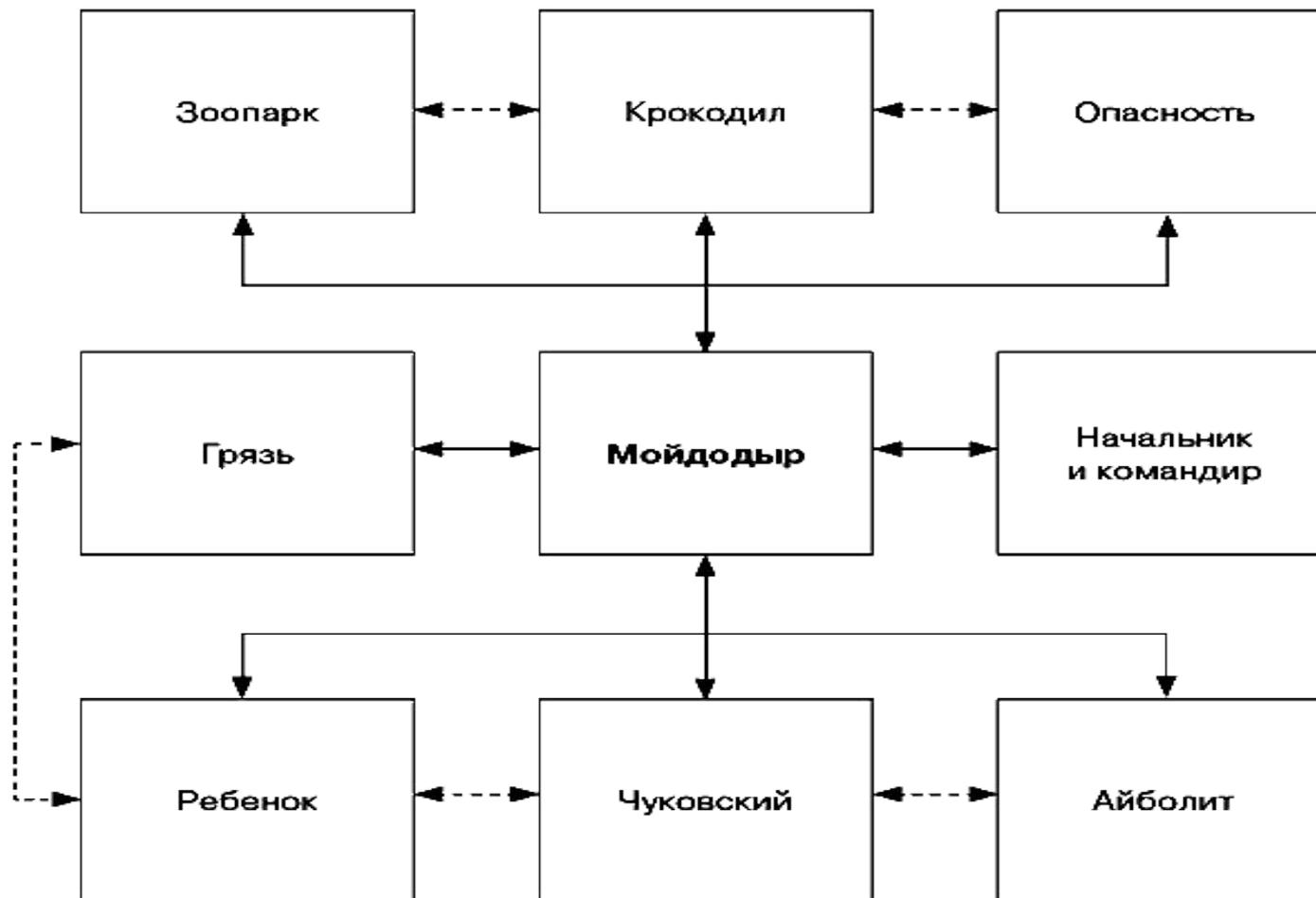
Различают три уровня, на которых разрабатывается ассоциативная сеть торговой марки: **отношения, культура и мифология.**

Мифология бренда. Вот что писал о мифе знаменитый швейцарский психолог Карл Густав Юнг (1949): «Мифы – это изначальные проявления досознательной души, произвольные высказывания о событиях в бессознательной психике». Основанный на мифологии бренд проникает глубоко в сознание человека и становится в один ряд с фундаментальными представлениями человека о себе и своём месте в этом мире.

Например, использование архетипов при создании и продвижении торговой марки (Ельцин – герой).

Основные понятия и термины

Первичные ассоциации со словом «Мойдодыр»



На рисунке сплошной линией отмечены ассоциативные связи, относящиеся непосредственно к понятию, пунктиром – связи, которые могут существовать вне его.

Основные понятия и термины

Марочная ассоциация

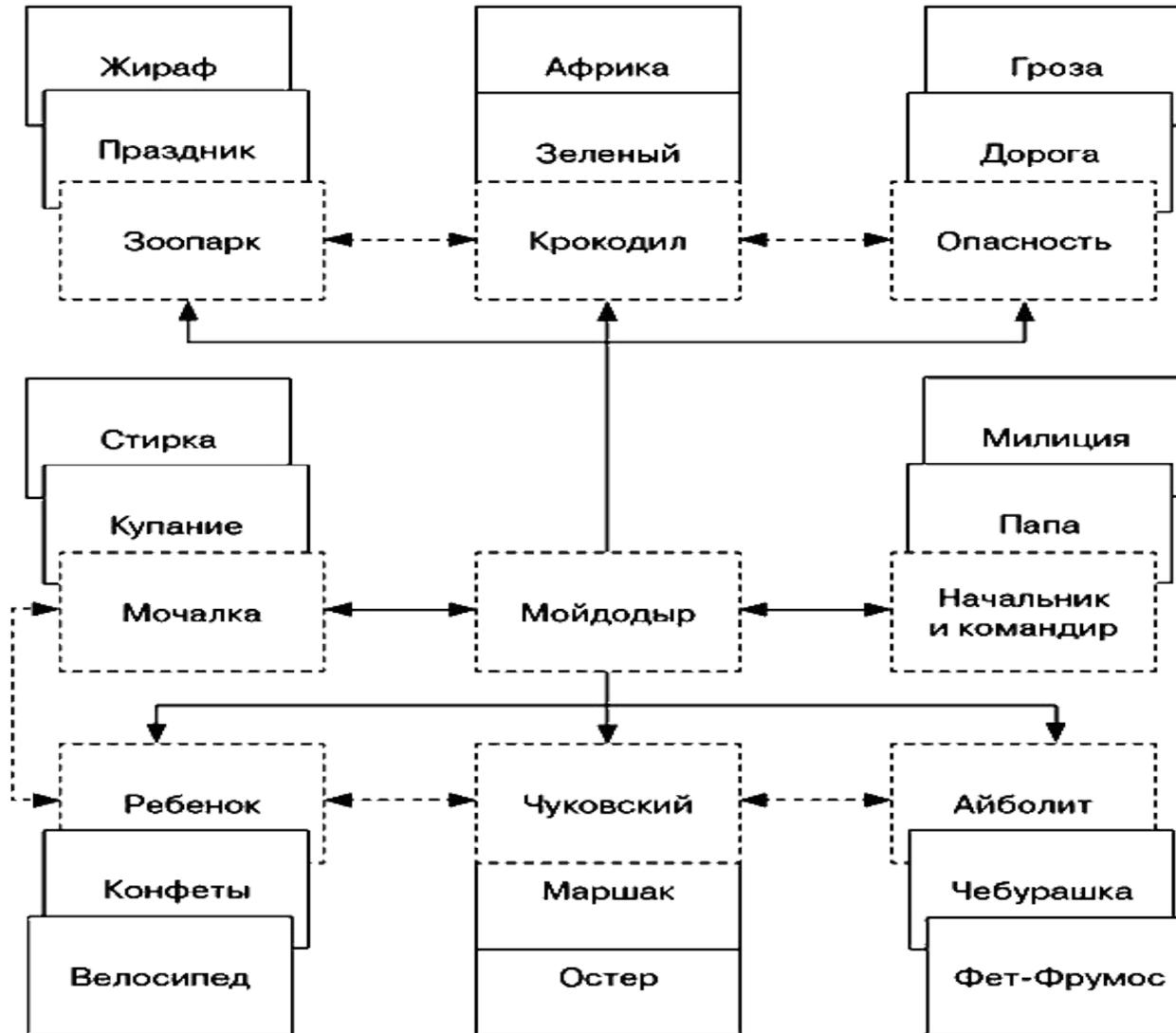
Специалисты различают два типа ассоциаций с брендом – **первичные** и **вторичные**.

К **первичным** относят те ассоциации, которые возникают у потребителя сразу при «знакомстве» с товаром, соответствующим торговой марке. Это касается таких атрибутов как цена, цвет товара, его упаковка, то есть всё то, что потребитель может воспринять быстро и без прикладывания владельцами торговой марки дополнительных усилий.

Вторичные ассоциации могут возникать как производные первичных ассоциаций или создаваться при любом взаимодействии торговой марки с потребителями, то есть могут контрольно или бесконтрольно формироваться в сознании потребителей.

Основные понятия и термины

Вторичные ассоциации со словом «Мойдодыр»



Основные понятия и термины

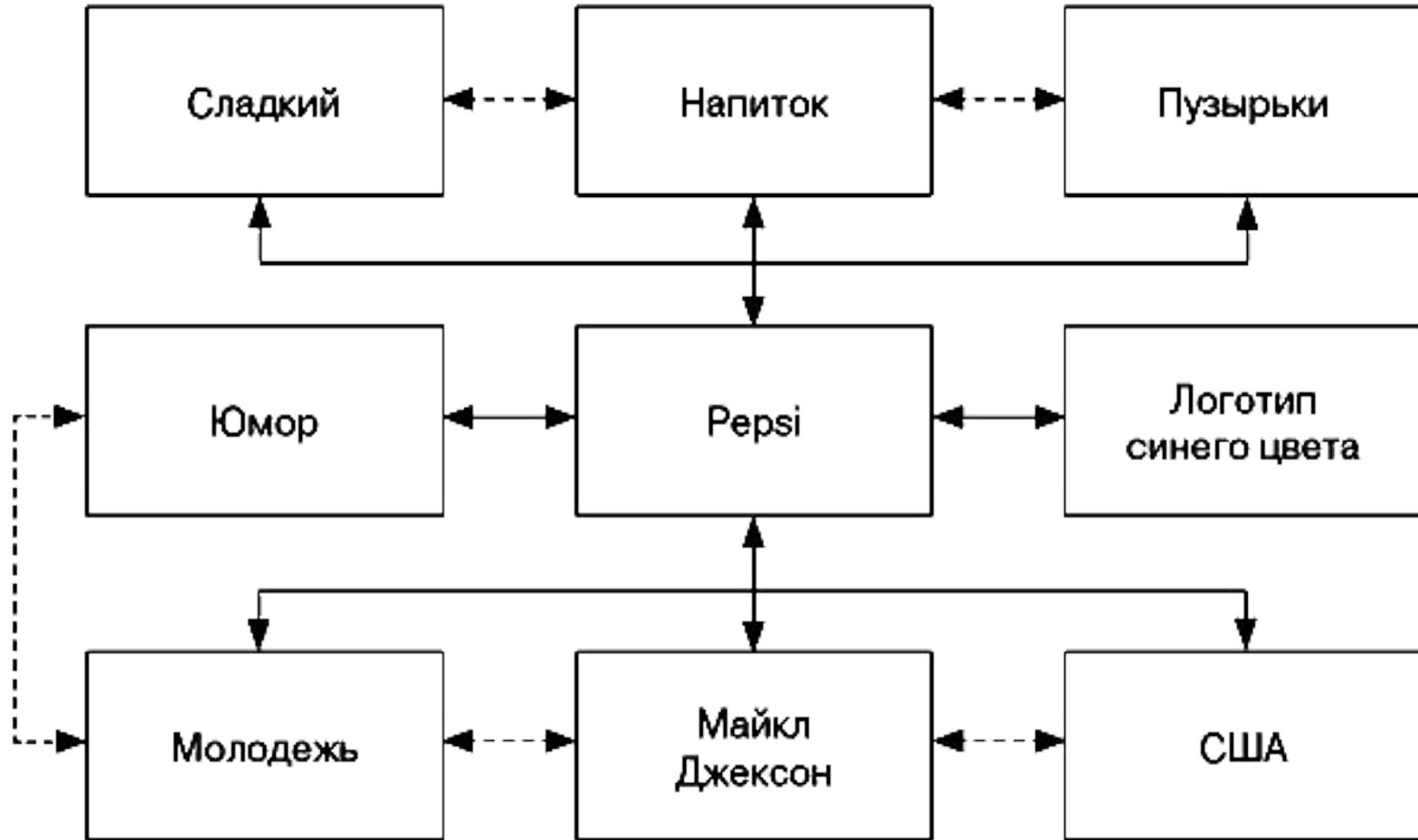
Ассоциативная сеть

Контроль создания ассоциативных сетей, особенно уровня первичных ассоциаций, очень важен при создании торговой марки. Если специалистам по маркетингу известна ассоциативная сеть, то они могут развивать бренд, контролируя эмоции потребителей. Если же специалистам по маркетингу набор ассоциаций неизвестен, это значит, что создатели торговой марки «идут на ощупь в потёмках».

В качестве примера рассмотрим упрощённую ассоциативную сеть бренда Pepsi-Cola. Так, когда возникла угроза скандала с Майклом Джексонем (педофилия), компании PepsiCo пришлось отказаться от использования его в рекламных роликах.

Основные понятия и термины

Ассоциативная сеть бренда Pepsi-Cola



Основные понятия и термины

Ассоциативная сеть М. Корчия

Майкл Корчия (автор работы «A new typology of brand image»), проанализировав множество разработанных специалистами ассоциативных сетей, предложил свою модель ассоциативной сети для описания торговой марки.

Основные понятия и термины

Ассоциативная сеть М. Корчия



Основные понятия и термины

Ассоциативная сеть М. Корчия

Фирма: это все атрибуты, относящиеся к фирме (страна, её история, стратегия компании). В эту категорию включаются и утверждения, относящиеся к известности бренда, потому что сам бренд является частью компании.

Другие организации: это все утверждения, относящиеся к конкурентам и сравнивающие их с исследуемым брендом (к правительственным организациям, благотворительным фондам и так далее).

Вызванная совокупность / Персоналия бренда, стиль жизни: человеческие характеристики, которые ассоциируются с брендом.

Основные понятия и термины

Ассоциативная сеть М. Корчия

Вызванная совокупность / Знаменитости или события: когда в рекламе бренда участвуют знаменитости, то создаются ассоциации между брендом и рекламирующей его «звездой». Таким образом, её привлекательность, популярность может переноситься на бренд. То же может случиться с событиями.

Вызванная совокупность / Образы пользователя: ассоциации бренда с типичным пользователем или другими пользователями.

Вызванная совокупность / Образы использования: ассоциации с типичной ситуацией использования — месторасположение, личный опыт или поиск информации.

Основные понятия и термины

Ассоциативная сеть М. Корчия

Не связанные с продуктом атрибуты / Категория продукции: ассоциации с категорией продукции, к которой принадлежат некоторые из продуктов бренда. Уровень абстрагирования может колебаться от самого конкретного (например, «Kenzo производит куртки»), до абстрактного (например, «Kenzo производит готовую одежду»).

Не связанные с продуктом атрибуты / Цена: одна из очень сильных ассоциаций, как правило, относительно соотношения цены и качества продукта.

Не связанные с продуктом атрибуты / Коммуникация: все ассоциации, главным образом с рекламой, акциями по продвижению и тому подобное.

Основные понятия и термины

Ассоциативная сеть М. Корчия

Не связанные с продуктом атрибуты / Дистрибуция: ассоциации с сетями распространения товара, оформлением магазинов, продавцами.

Связанные с продуктом атрибуты: состав, ингредиенты, необходимые для выполнения функции продукта, которую ищет потребитель.

Функциональные преимущества: относятся главным образом к физиологическим потребностям и потребностям безопасности, а также к желаниям избавиться от проблемы или избежать её.

Основные понятия и термины

Ассоциативная сеть М. Корчия

Эмпирические преимущества: относятся к ощущениям, эмоциям, возникающим при использовании продукта. Они связаны с удовольствием при воздействии на органы чувств, разнообразием и стимуляцией.

Символические преимущества: относятся к лежащим в основе потребностям в одобрении общества или самовыражении и направленной наружу самооценке.

Отношение: показатель того, насколько нравится или не нравится потребителю предмет, где он его использует в общем смысле для указания на любой аспект мира человека.

Комплекс марочных ассоциаций

Работа по парам (2 студента). Пример (2012 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки Apple:

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Стив Джобс | <input type="checkbox"/> Лишние заморочки | <input type="checkbox"/> Презентации, выставки |
| <input type="checkbox"/> Яблоко | <input type="checkbox"/> Гламур | <input type="checkbox"/> Чёрно-белый |
| <input type="checkbox"/> Инновационность | <input type="checkbox"/> Бизнес | <input type="checkbox"/> Эргономичность |
| <input type="checkbox"/> Продакт плэйсмент | <input type="checkbox"/> Война с Самсунгом | <input type="checkbox"/> Приложения |
| <input type="checkbox"/> Богатая история компании | <input type="checkbox"/> Конкуренция | <input type="checkbox"/> Нет Bluetooth |
| <input type="checkbox"/> Высокая стоимость | <input type="checkbox"/> Крутой бренд | <input type="checkbox"/> Сенсорный экран, |
| <input type="checkbox"/> Эстетичность | <input type="checkbox"/> Силиконовая долина | <input type="checkbox"/> Макинтош сорт яблока |
| <input type="checkbox"/> Престиж | <input type="checkbox"/> Первый ПК | <input type="checkbox"/> Впереди буква «I» |
| <input type="checkbox"/> Понты | <input type="checkbox"/> Глобальность | <input type="checkbox"/> Субкультура «Хипстеры» |
| <input type="checkbox"/> USA | <input type="checkbox"/> Специализированные салоны | <input type="checkbox"/> Неоправданно высокая цена |
| <input type="checkbox"/> Модный | <input type="checkbox"/> Совершенство формы | <input type="checkbox"/> Мощный процессор |
| <input type="checkbox"/> Мажоры | <input type="checkbox"/> Эталон цветопередачи | <input type="checkbox"/> Прочность, качество, надёжность |
| <input type="checkbox"/> Лидерство на рынке | <input type="checkbox"/> Конкуренция с Гейтсом | <input type="checkbox"/> Ограничения |
| <input type="checkbox"/> Характерный звонок | <input type="checkbox"/> Одна кнопка | <input type="checkbox"/> Уникальность |
| <input type="checkbox"/> Радуга | <input type="checkbox"/> Однотипность дизайна | <input type="checkbox"/> Ощущение свободы |
| <input type="checkbox"/> Вагон «с монетами» | <input type="checkbox"/> Самофот | <input type="checkbox"/> Первородный грех |
| <input type="checkbox"/> Высокая лояльность | <input type="checkbox"/> Китаец – почка – купил | <input type="checkbox"/> Лёгкость |

Комплекс марочных ассоциаций

Работа по парам (2 студента). Пример (2012 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки Apple:

- | | | |
|---|---|---|
| <input type="checkbox"/> Белый цвет | <input type="checkbox"/> Будущее за Apple | <input type="checkbox"/> Культ |
| <input type="checkbox"/> Плохая гарнитура | <input type="checkbox"/> Стиль жизни | <input type="checkbox"/> Gadget (новое устройство) |
| <input type="checkbox"/> Отличная гарнитура | <input type="checkbox"/> Mac, iphone, ipad | <input type="checkbox"/> Дорогой ремонт |
| <input type="checkbox"/> Некачественные кнопки | <input type="checkbox"/> Гейский флаг | <input type="checkbox"/> Один из лучших рекламных роликов |
| <input type="checkbox"/> Быстродействие | <input type="checkbox"/> Форест Гамп | <input type="checkbox"/> Клиентонаправленность |
| <input type="checkbox"/> Mac OS, Safari | <input type="checkbox"/> Надоело | <input type="checkbox"/> Качественная сборка (до мм) |
| <input type="checkbox"/> 3D моделирование | <input type="checkbox"/> Ньютон | <input type="checkbox"/> Брендированные сувениры |
| <input type="checkbox"/> Диджеинг | <input type="checkbox"/> Долговечность | <input type="checkbox"/> Youtube |
| <input type="checkbox"/> Минимум рекламы | <input type="checkbox"/> Корпорация | |
| <input type="checkbox"/> Think Different | <input type="checkbox"/> Энгри бердс | |
| <input type="checkbox"/> Креатив | <input type="checkbox"/> Интернет | |
| <input type="checkbox"/> Инстаграмм | <input type="checkbox"/> Все хотят | |
| <input type="checkbox"/> Разнообразие аксессуаров | <input type="checkbox"/> Memes (комиксы в интернете) | |
| <input type="checkbox"/> Водолазка и джинсы | <input type="checkbox"/> Брендозависимость | |
| <input type="checkbox"/> Современность | <input type="checkbox"/> Китайские подделки | |
| <input type="checkbox"/> Профессионалы | <input type="checkbox"/> За границей дешевле | |
| <input type="checkbox"/> Эффективная реклама | <input type="checkbox"/> Частое обновление ассортимента | |

Комплекс марочных ассоциаций

Работа по парам (2 студента)

Определить набор марочных ассоциаций торговой марки (на выбор).

- Санкт-Петербург;
- Жигулёвское;
- Аэрофлот;
- Сбербанк;
- КИРФ;
- можно выбрать группой.*

Комплекс марочных ассоциаций

Работа по парам (2 студента)

Набор марочных ассоциаций торговой марки ?:

- ,
- ,
- ,
- ,
- ,
- ,
- .

- ,
- ,
- ,
- ,
- ,
- ,
- .

Основные понятия и термины

Марочная ассоциация

Товарный знак **Coca-Cola**

Ассоциации с товарной категорией.
Ассоциации с торговой маркой.
Личные ассоциации.



Коричневая газировка.

Американская.

Из растения «кока» и орешков «кола».

Вначале продавали в аптеках.

Производят из порошка.

Формулу порошка одновременно знают 3 человека.

Если кинуть в бутылку какую-то конфету, то взорвётся.

Химия какая-то.

Если поболтать и убрать газы будет вкуснее.

Хорошо мешать с водкой.

Торговая марка **Coca-Cola**

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2012 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки Apple:

- | | | |
|---|--|--|
| <input type="checkbox"/> Стив Джобс | <input type="checkbox"/> Лишние заморочки | <input type="checkbox"/> Презентации, выставки |
| <input type="checkbox"/> Яблоко | <input type="checkbox"/> Гламур | <input type="checkbox"/> Чёрно-белый |
| <input type="checkbox"/> Инновационность | <input type="checkbox"/> Бизнес | <input type="checkbox"/> Эргономичность |
| <input type="checkbox"/> Продакт плэйсмент | <input type="checkbox"/> Война с Самсунгом | <input type="checkbox"/> Приложения |
| <input type="checkbox"/> Богатая история компании | <input type="checkbox"/> Конкуренция | <input type="checkbox"/> Нет Bluetooth |
| <input type="checkbox"/> Высокая стоимость | <input type="checkbox"/> Крутой бренд | <input type="checkbox"/> Сенсорный экран, |
| <input type="checkbox"/> Эстетичность | <input type="checkbox"/> Силиконовая долина | <input type="checkbox"/> Макинтош сорт яблока |
| <input type="checkbox"/> Престиж | <input type="checkbox"/> Первый ПК | <input type="checkbox"/> Впереди буква «I» |
| <input type="checkbox"/> Понты | <input type="checkbox"/> Глобальность | <input type="checkbox"/> Субкультура «Хипстеры» |
| <input type="checkbox"/> USA | <input type="checkbox"/> Специализированные салоны | <input type="checkbox"/> Неоправданно высокая цена |
| <input type="checkbox"/> Модный | <input type="checkbox"/> Совершенство формы | <input type="checkbox"/> Мощный процессор |
| <input type="checkbox"/> Мажоры | <input type="checkbox"/> Эталон цветопередачи | <input type="checkbox"/> Прочность, качество, надёжность |
| <input type="checkbox"/> Лидерство на рынке | <input type="checkbox"/> Конкуренция с Гейтсом | <input type="checkbox"/> Ограничения |
| <input type="checkbox"/> Характерный звонок | <input type="checkbox"/> Одна кнопка | <input type="checkbox"/> Уникальность |
| <input type="checkbox"/> Радуга | <input type="checkbox"/> Однотипность дизайна | <input type="checkbox"/> Ощущение свободы |
| <input type="checkbox"/> Вагон «с монетами» | <input type="checkbox"/> Самофот | <input type="checkbox"/> Первородный грех |
| <input type="checkbox"/> Высокая лояльность | <input type="checkbox"/> Китаец – почка – купил | <input type="checkbox"/> Лёгкость |

Ассоциации с товарной категорией. Ассоциации с торговой маркой. Личные ассоциации.

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2012 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки Apple:

- | | | |
|--|--|---|
| <input type="checkbox"/> Белый цвет | <input type="checkbox"/> Будущее за Apple | <input type="checkbox"/> Культ |
| <input type="checkbox"/> Плохая гарнитура | <input type="checkbox"/> Силь жизни | <input type="checkbox"/> Gadget (новое устройство) |
| <input type="checkbox"/> Отличная гарнитура | <input type="checkbox"/> Mac, iphone, ipad | <input type="checkbox"/> Дорогой ремонт |
| <input type="checkbox"/> Некачественные кнопки | <input type="checkbox"/> Гейский флаг | <input type="checkbox"/> Один из лучших рекламных роликов |
| <input checked="" type="checkbox"/> Быстродействие | <input type="checkbox"/> Форест Гамп | <input checked="" type="checkbox"/> Клиентонаправленность |
| <input type="checkbox"/> Mac OS, Safari | <input type="checkbox"/> Надоело | <input checked="" type="checkbox"/> Качественная сборка (до мм) |
| <input type="checkbox"/> 3D моделирование | <input type="checkbox"/> Ньютон | <input checked="" type="checkbox"/> Брендированные сувениры |
| <input type="checkbox"/> Диджеинг | <input type="checkbox"/> Долговечность | <input checked="" type="checkbox"/> Youtube |
| <input type="checkbox"/> Минимум рекламы | <input checked="" type="checkbox"/> Корпорация | |
| <input type="checkbox"/> Think Different | <input checked="" type="checkbox"/> Энгри бердс | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Креатив | <input checked="" type="checkbox"/> Интернет | |
| <input type="checkbox"/> Инстаграмм | <input type="checkbox"/> Все хотят | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Разнообразие аксессуаров | <input type="checkbox"/> Mems (комиксы в интернете) | |
| <input type="checkbox"/> Водолазка и джинсы | <input type="checkbox"/> Брендозависимость | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Современность | <input checked="" type="checkbox"/> Китайские подделки | |
| <input checked="" type="checkbox"/> Профессионалы | <input checked="" type="checkbox"/> За границей дешевле | |
| <input type="checkbox"/> Эффективная реклама | <input checked="" type="checkbox"/> Частое обновление ассортимента | |

Ассоциации с товарной категорией. Ассоциации с торговой маркой. Личные ассоциации.

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки «Газпром»:

- Жулики, воры
- Нефть
- Газ
- Конфликт с Украиной
- «Мечты сбываются»
- Государственная компания
- Рекламируется
- Много денег
- Престиж
- Детский спорт
- Нефтепровод
- Байкал
- Друзья Путина
- Синий и белый
- Свой банк
- «Жирный»
- Спонсор ФК «Зенит»
- Заправки свои
- Крутые
- ОАО
- Используют в рекламе спортсменов
- Карточки бонусные
- Скандал в Питере
- Наличие офисов
- Крупная промышленность

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки «Газпром»:

- Синий огонек
- Бензин
- Капелька
- Черный цвет
- Мазут
- Кофе на заправках
- Синие комбинезоны
- Меценатство
- Стабильность
- Чистота территорий заправок
- Богатые женихи
- Скважины
- Газопровод
- Крупные корпоративы
- Использование сочинской атрибутики
- Бонусы за покупки
- Доступность заправок
- Стремление к успеху
- Зажигалка
- Кран
- Наши ресурсы
- Достояние России
- Неудобный сервис
- Gdrive
- Мероприятие с Ниссан
- Очереди на заправках
- Монополия

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки «Газпром»:

- Миллер
- Современность
- Трансервис
- Цветовая идентификация бензина
- Магазины на заправках
- Возможность подкачать колесо
- Мировой лидер
- Пафос
- «Улитка»
- ЖД перевозка нефти
- Использование в рекламе заправок символ маяка
- Роскошь
- «Сосуля»
- «С нами в будущее!»
- Ресурсы когда-нибудь закончатся
- «Лежащий полицейский» на заправках
- Ремонт на заправках
- Технический перерыв на заправках
- Запах бензина на заправке
- Лжецы
- Расхитители национальных ресурсов
- Дорогой по цене бензин

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки «Газпром»:

- Масоны
- Крутые тачки и яхты у акционеров
- Семен Слепаков
- Кадафи
- Брендированные автомобили
- Захват заправок
- Крупная сеть заправок
- Цвет Неба
- Протекция государства
- Олигархи
- ТЭЦ-5
- Нефтяная игла
- Власть структуры
- Взрыв газа при утечке
- Удобное кресло начальника
- Охрана представителей газпрома
- Девочка в рекламе
- Ледовый каток в рекламе
- Газовая плита
- Поиск месторождения нефти
- Схожесть деятельности с ОАЭ и другими странами
- Загрязнение атмосферы
- Утечка нефти
- Радужные пятна в лужах
- Пробки на дорогах

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки «Газпром»:

- Личный самолет
- Много недвижимости
- Красивые жены
- Безразличие компании к людям
- Если я работаю то у меня будет хорошо
- Стеклопанная дверь на входе в офис
- Сильный характер компании
- Челси
- Абрамович
- Рублёвка
- Желтые трубы
- инновация
- Сибирь
- Отравление газом
- Газ Не во всех городах
- Специальный шрифт
- Много сувенирной продукции
- Популярен
- Прибыльность компании
- Использование молодежи при продвижении
- Мощные заводы
- Энергетическая компания
- Голубое топливо
- Взаимодействие с компанией «Нирильский никель»

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций торговой марки «Газпром»:

- Медиахолдинг
- Продажа акций
- Плохой бензин – часто ломаются машины
- Продают не только свой газ
- Лучший бензин
- Дресскод в организации
- Большой штат сотрудников

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций ТМ Алла Пугачёва:

Ассоциации с товарной категорией

- хиты
- уходила со сцены, но вернулась
- рано пришла к популярности
- яркая
- популярность в СМИ
- много браков
- пластические операции
- кассеты, диски
- плакаты с Пугачёвой
- преобразуется (похудела, курить бросает)
- пародии
- скандалы, интриги, расследования
- искусственная дымка на сцене
- туалетная вода
- заслуженная артистка РФ
- «Фабрика звезд»
- эстрадная певица
- большая популярность
- многочисленные концерты
- киноактриса

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций ТМ Алла Пугачёва:

Ассоциации с торговой маркой

- рыжая
- радио Алла
- прокуренный голос
- манера пения
- черный балахон
- примадонна
- руководитель проектов
- смех
- «А ты такой холодный, как...»
- Киркоров – бывший муж
- муж Максим Галкин
- песня Сергея Зверева
- для старого поколения
- чипсы
- высокие сапоги
- Арлекино
- Ну, погоди!
- фактор «А»
- клип «Зайка моя»
- Рождественские встречи
- пышные формы
- отечественная Мадонна
- мать Кристины Орбакайте
- «Миллион алых роз»
- королева российской эстрады

Комплекс марочных ассоциаций

Работа группы студентов. Пример (2013 г.)

Набор марочных ассоциаций ТМ Алла Пугачёва:

Личные ассоциации

- часто на экране
- длинные ногти
- поссорилась с Жириновским
- часто болеет
- старовата
- необычные яркие концерты
- диета Пугачевой
- воевала с Легкоступовой
- качалась под куполом цирка
- мудрая женщина
- ушла на пенсию

Комплекс марочных ассоциаций

Работа всей группой студентов (мозговой штурм)

Разделить выявленный набор марочных ассоциаций торговой марки ? на три группы:

- ассоциации, связанные со всей товарной категорией или со всей товарной группой;
- ассоциации, связанные с торговой маркой;
- личные марочные ассоциации.

Домашнее задание № 1

Определить набор марочных ассоциаций, связанных с очень известной торговой маркой продукции (желательно, из подгрупповой товарной категории продукции). Разделить набор марочных ассоциаций на ассоциации с товарной категорией, ассоциации с торговой маркой и личные ассоциации.

Определить набор марочных ассоциаций, связанных с очень известной торговой маркой услуги (желательно, из подгрупповой товарной категории услуги). Разделить набор марочных ассоциаций на ассоциации с товарной категорией, ассоциации с торговой маркой и личные ассоциации.

Можно не только выявлять марочные ассоциации самим, но и попросить это сделать своих знакомых.

Удачи!

Можно задавать вопросы
