Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Идрис Мути

# БРЕНДИНГ ЗА 60 МИНУТ

Москва
2016

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

УДК 339.138
ББК 65.290-2
М91

Idris Mootee

60-MINUTE BRAND STRATEGIST
The Essential Brand Book for Marketing Professionals

**Мути, Идрис.**
М91 Брендинг за 60 минут / Идрис Мути ; [пер. с англ. В. С. Агеева]. — Москва : Издательство «Э», 2016. — 256 с. : ил. — (Top Business Awards).

ISBN 978-5-699-72543-4

Какая идея лежит в основе великих брендов? Почему продукция Apple стала образом жизни, а про некоторых лидеров отрасли просто забыли? Почему за сумкой Birkin выстраивается очередь в несколько месяцев, несмотря на внушительный ценник? Автор книги Идрис Мути, маркетолог с мировым именем, более 20 лет работает с лидерами рынка, такими как P&G, PepsiCo, HTC, Heineken, Johnson & Johnson. Эта книга — сборник лучших креативных решений со всего мира – поможет создать стратегию, которая превратит товар в узнаваемый бренд. Вам понадобится лишь 60 минут, чтобы прочитать книгу целиком и начать путь к успеху. Незаменимое руководство для бренд-менеджеров, маркетологов и всех, кто стремится создать успешный бренд, которому доверяют потребители.

**УДК 339.138**
**ББК 65.290-2**

**© Idris Mootee. 2013. All Rights Reserved.**
**This translation published under license.**
**© Перевод. Агеев В.С., 2014**
**© Дизайн обложки. В. Давлетбаева, 2016**
**© Оформление. ООО «Издательство «Э», 2016**

**ISBN 978-5-699-72543-4**

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

«Идрис сумел превратить годы практики и интенсивного размышления о брендах и инновациях в легко усваиваемую и местами открывающую глаза на многие вещи книгу. Удовольствие как визуальное, так и интеллектуальное, книга “60-Minute Brand Strategist” отлично подойдет всем, кто имеет отношение к управлению брендом».

**Дэн Соломон, старший вице-президент, исполнительный креативный директор компании Williams-Sonoma, Inc.**

«Слаженные бренд-стратегии лежат в самом сердце любой великой компании. Идрис обладает удивительной способностью объяснять, как важно, чтобы все работало вместе, это очень нужно в сегодняшнем быстро меняющемся мире».

**Джастин Кук, головной маркетинговый офис, TOPSHOP**

«Книга “60-Minute Brand Strategist”, объединяющая идеи Идриса, — великолепное пособие, которое поможет ответить на вопрос “кто я” и послужит удивительным источником информации для любого, кто заинтересован в пересечении бренд-маркетинга и бренда».

**Йен Йоллс, головной маркетинговый офис, Recyclebank**

«…в книге содержится множество сильных взаимосвязанных идей, которые заставят вас думать о маркетинге и брендах. Хотя в книге раскрываются известные темы, часто это делается очень оригинальными способами…»

***The Globe and Mail***

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

«Клиенты должны осознать, что вы выступаете за что-то».

**Говард Шультц, Starbucks**

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Содержание

Введение 9

01 Все о брендах 11

02 Брендинг в культуре постмодерна 49

03 Стратегические перспективы брендинга 65

04 Управление ценностью бренда 95

05 Бренд-лидерство 137

06 Маркетинг лакшери-брендов 153

07 Процесс формирования бренд-стратегий 185

08 Стратегическая оценка бренда 223

09 Стратегический аудит бренда 231

Глоссарий 241

Об авторе 245

Предметный указатель 247

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

## Введение

Эта книга — креативный сборник мыслей, набросков и визуальных образов, взятых из моего мастер-класса по прогрессивному брендингу, который я провожу уже более десяти лет более чем в двадцати странах. Эта книга для тех, кто до сих пор не имел возможности посетить мои семинары. Все сегодня очень заняты, ни у кого нет времени на чтение, поэтому я постарался сделать так, чтобы эту книгу можно было прочитать за 60 минут, то есть вы можете пролистать ее от корки до корки за время перелета из Нью-Йорка в Чикаго или из Лондона в Париж.

Бренд — бесспорно, самый сильный бизнес-инструмент из всех возможных, после стоимости и ценообразования. Существует множество мифов о брендах и брендинговых стратегиях, включая правильный способ наращивания финансовой и стратегической ценности бренда и мнение, что стратегия брендинга всегда должна стоять в одном ряду с бизнес-стратегией. Люди часто придают большое значение силе логотипа или имени, но редко достаточно внимания уделяют стратегии брендинга. Многие также утверждают, что бренд-стратегии крупных компаний всегда прочны и надежны, и позволить себе такое они могут лишь за счет своего размера. Это очень далеко от правды, каждый успешный бизнес, большой или маленький, международный или местный, должен иметь стратегию по развитию бренда, и она не обязательно должна быть очень сложной.

Многие люди утверждают, что возможности бренда целиком и полностью зависят от категории самого продукта/услуги, и часто забывают, что самые большие возможности для роста могут существовать и вне или независимо от текущего состояния рынка. Все бренды должны сражаться на двух фронтах сразу: расти в рамках существующего рынка внутри уже определенной категории продуктов и создавать новый рынок. Действительность такова, что самые признанные категории продуктов, создаваемые рынком, изменяются очень мало, тогда как очень сильно меняется их медиасопровождение. Поэтому вопрос в том, как может бренд генерировать рост и создавать экономическую ценность?

Чтобы бренд рос, нужно сделать шаг назад от текущей ситуации и развить систематический взгляд на нее с другой стороны, а не просто выстраивать его в соответствии с бизнес-стратегией и конкурентными условиями. Как можно это использовать, чтобы изменить правила игры на пользу вашего бренда? Включаясь в этот процесс эмоционально, понимая суть бренда и его роль в бизнес-стратегии, а также открывая способы изменить то, что клиенты/торговые партнеры думают о вашем деле, а не борясь за долю рынка в определенной категории.

Эта небольшая книга поможет любой компании добиться успеха, используя бренд для вдохновения и создания стратегии, меняющей ход игры. Ваше же вложение сил в эту книгу ограничится 60 минутами.



Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

34

15

48

01

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

# 01
# Все о брендах

54

62

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

«В ТЕХНОКРАТИЧЕСКИЕ И БЕСЦВЕТНЫЕ ВРЕМЕНА БРЕНДЫ ДАЮТ ТЕПЛО, ЧУВСТВО БЛИЗОСТИ И ДОВЕРИЕ».
ПИТЕР БРАБЕК, NESTLÉ
Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

## Что такое бренд?

В мире, где правят бренды, продукт больше не является набором функциональных характеристик, а скорее оказывается средством обеспечения и расширения опыта потребителей. Благодаря Интернету и беспроводным технологиям информация стала настолько доступна и разнообразна, что потребители сильно перегружены. Они держат в голове больше информации, чем могут усвоить, использовать, больше, чем им нужно, или даже больше, чем они хотят.

Быстрое увеличение объема производимой продукции дает такие возможности для выбора, что это снижает нашу способность различать или выбирать то, что мы действительно ценим. Бренды помогают нам выбирать. Это необходимые инструменты, которые помогают нам пробиться через хаос и кучу ненужного, чтобы сделать выбор, основываясь на своем опыте и удовлетворенности теми или иными продуктами или услугами.

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>

Купить книгу на сайте kniga.biz.ua >>>