

Бончужна Є.Ф., 6 курс

Науковий керівник: Коноваленко А.С., к.е.н., доцент кафедри маркетингу

Таврійський державний агротехнологічний університет

**Постановка проблеми.** Бренд - це обличчя фірми на ринку, невід’ємна складова успішної маркетингової компанії. Від правильного позиціонування товару залежить розробка бренду. Починаючи роботу над брендом спочатку розробляють сутність та ідентичність. Ідентичність бренду являє собою той ідеальний зміст, яким, з точки зору виробників, має сприйматися зміст бренду споживачами. Однак сприйняття бренду споживачами завжди відрізняється від розробленого уявлення. Тому завдання брендингу полягає в тому, щоб, правильно вимірюючи споживче сприйняття марки і вміло керуючи маркетинговими комунікаціями, намагатися досягти максимального збігу запланованого та сприйманого образів бренду.

**Мета статті.** Проаналізувати бренд компанії «АВК» за допомогою моделі «Колесо бренду».

**Виклад основного матеріалу.** Існує безліч різних методів і рекомендацій з розробки ідентичності бренду. Однією з найпопулярніших моделей побудови бренду є так зване «Колесо бренду» (Brand-wheel), розроблене британською компанією Vates Worldwide. Суть методу, полягає в тому, що бренд розглядається як набір з п’яти «оболонок», вкладених одна в іншу. «Колесо бренду» дозволяє детально описати і систематизувати всі аспекти взаємодії бренду і споживача.

Ключовими брендами компанії АВК є: Королівський Шарм; Труфальє; Трюфель; Королівський Шедевр; Шоколадна ніч; KRESKO; Бам-Бук; Мажор; Жувіленд; Шоколад АВК; Гулівер; Хто сказав Му?

За даною моделлю проаналізуємо бренд «Королівський Шарм».

Перша складова за якою характеризуємо бренд – це атрибути. Тобто, що представляє собою бренд. Колір, дизайн, розмір. Дизайн даного бренду виконаний в одному стилістичному напрямленні з головним логотипом компанії. Використовується багата палітра кольорів, яка гармонійно поєднана з самим зображенням. І особливістю виступає те, що під кожен смак підібраний свій колір.

Наступна оболонка – переваги. Це ті унікальні властивості, які пропонує бренд для задоволення специфічної потреби. В даному випадку потреба не дуже специфічна, адже цукерки – це товар повсякденного вжитку. Проте, вони задовольняють потребу в насолоді. Також це зручний подарунок на будь-яке свято. Тому серед переваг потрібно виділити: універсальність; вишуканість – адже сама назва говорить про це та упаковка робить образ цукерок повноцінним; економічність – ціна даного продукту досить конкурентна, якщо порівнювати з іншими товарами; смакові якості – сировина дуже якісна та сама рецептура на високому рівні, тому це позитивно впливає на смакові якості цукерок.

Цінності. Цінність бренду формується поєднанням унікальних властивостей товару і особистих висновків покупця. Тобто, які емоції відчуває споживач при використанні бренду. Купуючи цукерки «Королівський шарм», споживач відчуває насолоду. По – перше ергономічну, адже в руках тримає розкішну, зручну упаковку. По – друге насолоду смаку, тому що цукерки дійсно смачні. По – третє належність себе до певного соціального класу. Адже беручи до рук цукерки розумієш, які вони вишукані.

Індивідуальність. Тобто потрібно мати уявлення якби бренд був людиною, яким би він був. Королівський шарм – назва говорить сама за себе. Перш асоціація, яка виникає – вишукана, граціозна особа. Жінка, яка належить до королівської знаті. Тобто ці цукерки несуть в собі образ вищого суспільства.

Суть бренду. Головна ідея, яку пропонують споживачу - АВК - якість гарантовано! Чесне ім'я і бренд - наші найдорожчі нематеріальні активи! Знак «АВК» на упаковці став символом гарантії якості!

**Список використаної літератури:**

1. Електронна бібліотека. Брендинг [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу [http://libraryno.ru/2-2-postroenie-kolesa-brenda-brand-wheel-2013\\_brending/](http://libraryno.ru/2-2-postroenie-kolesa-brenda-brand-wheel-2013_brending/)
2. Сайт компанії АВК [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://avk.ua/ua/uk>