

УДК 339.138

Дмитриева Анна Романовна, магистрант,
РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва
Dmitrieva Anna Romanovna, Kosygin Russian State University
(Technologies, Design, Art)

Мыскова Ольга Владимировна,
доцент кафедры Промышленного дизайна, кандидат архитектуры
РГУ им. А.Н. Косыгина (Технологии. Дизайн. Искусство), г. Москва
Myskova Olga Vladimirovna, Kosygin Russian State University
(Technologies, Design, Art)

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО БРЕНДА WAYS TO PROMOTE AN INDUSTRIAL BRAND

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию различных способов, которые помогают успешно продвигать промышленные бренды на Российском рынке. Анализируются стратегии, основанные на эффективном использовании цифрового маркетинга, сетевого обмена информацией и налаживания деловых связей, а также традиционные маркетинговые методы, такие как: участие в выставках, конференциях, реклама в узкоспециализированных изданиях.

Abstract: This article is devoted to the study of various ways that help successfully promote industrial brands on the Russian market. Strategies based on the effective use of digital marketing, network information exchange and business networking, as well as traditional marketing methods, such as participation in exhibitions, conferences, advertising in highly specialized publications are analyzed.

Ключевые слова: бренд, брендинг, продвижение, способ, промышленность, реклама.

Keywords: brand, branding, promotion, method, industry, advertising.

Продвижение бренда – это комплекс мероприятий, направленный на узнаваемость компании и ее торговой марки, поиск целевой аудитории, а также обозначения своей значимости перед потребителем и конкурентом.

В настоящее время недостаточно создать качественный продукт или услугу, для успешных показателей продаж необходимо задействовать множество инструментов для популяризации компании.

Для потребителя бренд выступает в роли целого направления, которым занимается компания. Если бренд имеет положительную репутацию на рынке среди конкурентов, то клиент готов переплатить, потому что будет уверен в качестве и надежности выбранного товара или услуги [1,2].

Способы продвижения именно промышленных брендов выбраны не случайно. В условиях современной политической и экономической обстановки в России остро встал вопрос о развитии промышленной сферы. Нельзя утверждать, что в Российской Федерации имеется нехватка знаний, ресурсов, сырья или материалов для наращивания производства промышленной продукции, однако, их узнаваемость среди потребителей мала. По данным «Интерфакс» в число узнаваемых российских промышленных брендов вошло всего 30 компаний. Среди них: «Норильский никель», «Северсталь», «Русал», «НЛМК» и др.

Анализ вышеперечисленных компаний показал, какие способы продвижения следует использовать для узнаваемости бренда на промышленном рынке:



1. Создание официального веб-сайта компании. Веб-сайт является мощным инструментом в работе по продвижению, так как он помогает упростить коммуникацию с потребителем и создавать положительное впечатление о бренде. Информация, размещенная на сайте, не должна перегружать клиента. Необходимо кратко изложить историю создания предприятия, миссию, цели, стратегию развития предприятия. Также необходимо отобразить весь спектр услуг или продукции, на которой специализируется бренд. Для упрощенного понимания информации наиболее оптимальным решением является использование инфографики и размещение фото с реализованными проектами.

2. Развитие социальных сетей. Публикации в социальных сетях о новшествах предприятия, значимых событиях помогают клиенту прочувствовать атмосферу, царящую в компании. В данном случае идет психологическое воздействие на целевую аудиторию. Видя дружелюбную обстановку внутри компании, клиент проникается доверием к бренду [3].

3. Установление деловых связей. Установление деловых связей с партнерами смежных отраслей служит инструментом к освоению новых областей сбыта. Также немаловажным фактором является совершенствование и модификация уже существующей продукции с помощью продукции бизнес-партнеров, что в конечном может положительно сказаться на коммерческой составляющей бизнеса.

4. Участие в выставках. Участие в выставках на территории различных регионов помогает расширению клиентской базы предприятия. На коммерческих выставках важно грамотно преподнести достоинства продукции, объясняя, чем данное предприятие и технологии производства отличаются от конкурентов.

5. Полиграфия. Нередко можно столкнуться с тем, что на коммерческих выставках посетителям постоянно предлагают ознакомиться с различной рекламной документацией, тем самым воздействуя на осязательные и зрительные органы чувств. Потенциальный заказчик может запомнить то или иное предприятие лишь потому, что он запомнил необычный дизайн листовки или каталога. Такой способ привлечения клиентов также является действенным в продвижении бренда [4].

Конечно, нельзя утверждать, что все вышеперечисленные способы непременно продвинули бренд в кратчайшие сроки, но они являются основополагающими в упорной работе по популяризации промышленного предприятия. Продвижение промышленного бренда, да и любого бренда в целом, – это важный и сложный процесс, требующий огромных затрат и труда, тщательного планирования и анализа, а также проработки эффективности стратегий.

Список литературы:

1. Особенности создания и продвижения бренда на мировом рынке: статья / И.В. Грошев, А.А. Краснолободцев // CyberLenika. – 2013. – С. 205-210.

2. Глобальный потребитель в контексте сетевых взаимодействий и маркетинговых коммуникаций Российского бизнеса: статья / С.Н. Булганина, Е.О. Сазонова // Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ. – 2015. – №32. С. 39-47

3. Способы продвижения бренда на рынок // Экспоцентр Москва. – 2016. Режим доступа: <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/2016/sposoby-prodvizheniya-brenda-na-rynke/>

4. Продвижение бренда компании // Экспоцентр Москва. – 2016. Режим доступа: <https://www.expocentr.ru/ru/articles-of-exhibitions/2016/prodvizhenie-brenda-kompanii/>

