



КУРСОВА РАБОТА

ПО БРАНД БИЛДИНГ

НА ТЕМА:

ИЗГРАЖДАНЕ НА БРАНД УЕЛИ – ПРАХОВЕ ЗА ПРАНЕ

Изготвил:

Проверил:

София, 2018

Моята идея за нов бранд е свързана с прах за пране. Идейният бранд е наречен Уели. Продуктът ще се продава в различни форми. Тези форми могат да бъдат пакети, течен, прах и препарат за отстраняване на петна. Продуктите с марката Уели ще предлагат революционен начин в почистването на дрехите за потребителите. Стратегията на марката ще бъде основа на иновациите. Това ще бъде първата марката, която да предлагат перилен препарат в различни форми.

Критичният успешен фактор за марката е да се направи сегментация на пазара. Сегментацията на пазара е една от маркетинговите стратегии, която включва разделянето на клиентите, които имат подобни нужди и желания за продуктите. След което компанията ще се опита да задоволи с Уели подобни нужди и ще се стреми да проектира подходящи брандирани продукти за целевите клиенти.

Множество клиенти купуват прах за почистване на дрехите. Клиентите обаче се надяват, че праховете имат някои специфични функции. Например, някои клиенти могат да закупят праховете, поради тяхната евтина цена, други клиенти могат да се съсредоточат върху избелването, омекотяването на тъканите или свежестта върху дрехите. По този начин компанията има за цел да обедини тези свойства в един бранд, който да предлага това.

Компанията ще използва сегментацията на пазара и диверсифицирана марка за прах за пране, за да спечели репутация на пазара. Основен конкурент на пазара е Unilever и P&G.

Не всички компании обаче могат да имитират пазарната стратегия на моята компания. Това е така, защото компанията, която извършва сегментацията на пазара, трябва да похарчи много пари. Не всички малки компании могат да си позволят диференциран маркетинг. Това се дължи на факта, че сегментирането на пазара изисква фирмата да извършва допълнителни маркетингови проучвания, прогнози и анализ на продажбите. Ако компанията възнамерява да използва 1:1 сегментация на пазара, това ще увеличи драстично ценовата тежест на бранда Уели.

Моята компания не само ще прилага сегментация на пазара в продуктовата категория, но също така ще направи диференциран маркетинг в областта на праховете за пране.

Фигура 1 Основни конкуренти на пазара