



Международно Висше Бизнес Училище
International Business School

КУРСОВА РАБОТА

ПО

ДИСЦИПЛИНАТА „ЦЕНОВА И ДИСТРИБУЦИОННА ПОЛИТИКА“

**ВОДЕЩАТА РОЛЯ МЕЖДУ ЦЕНОВАТА И ДИСТРИБУЦИОННАТА
ПОЛИТИКА В ПРЕДПРИЯТИЕТО, В КОЕТО РАБОТИТЕ ИЛИ СТЕ
ИЗБРАЛИ ПО ВАШЕ РЕШЕНИЕ.**

Изготвил:

Проверил:

2018

УВОД

В днешния силно глобализиран пазар, относно продукта Fizzi Cola, който е насочен към международния пазар, а не само към вътрешния пазар, стратегията за брендиране трябва да бъде еднаква и за двата пазара. Имайки предвид, че глобалния пазар няма граници, стратегията трябва да бъде такава, че да работи както за местната, така и за международната аудитория, тъй като всякакви различия ще бъдат поставени под съмнение. Стратегията за брендинг на компанията ще има следните основни характеристики: Трябва да има последователност в посланието, без значение към кой пазар е насочена. Важно е стратегията за брендинг в една държава или пазар да е еднаква по отношение на съдържанието и характера на предаваното послание¹.

Посланието ще включва теми, които са непосредствено адаптивни към всяка икономика, а тези, които не се разбираем лесно в определени икономики, трябва да бъдат премахнати. Последното нещо, което Fizzi Cola иска да постигне е да не зачита културата на една страна в сравнение с друга. Стратегията за брендинг, която ще бъде приета от Fizz Cola, също ще бъде тясно свързана с бизнес модела, върху който се изгражда философията на продажбите и маркетинга на продукта. Това гарантира, че маркетингът на марката ще върви ръка за ръка с бизнес модела на марката, което ще доведе до по-устойчиво обслужване на клиентите².

¹ Cooper, L. (2010, July 6). *Five strategies for a successful global brand*. Retrieved August 12, 2013, <http://www.marketingweek.co.uk/five-strategies-for-a-successful-global-brand/3015220.article>

² VanAuken, B. (2007, January 9). *Building a Global Brand*. Retrieved August 12, 2013, http://www.brandingstrategyinsider.com/2007/01/building_a_glob.html#.UggW2BXfrIU
VanAuken, B. (2007, January 9). *Building a Global Brand*. Retrieved August 12, 2013, http://www.brandingstrategyinsider.com/2007/01/building_a_glob.html#.UggW2BXfrIU