

БРЭНДИНГ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

В период нестабильности потребитель вынужден несколько умерить свой аппетит, по сравнению с тем, что он мог себе позволить во времена благоденствия. Поэтому кто-то будет вынужден отказаться от привычных брендов, кто-то перейдет на более дешевые, а другие просто станут реже покупать любимые бренды.

Кризис – это проверка на прочность для брендов. Откровенно слабые бренды и марки с необоснованной ценой, которые держались на плаву только благодаря активному росту спроса, будут отторгнуты. А бренды, которые по праву заслужили признание потребителем, будут оставаться на плаву, хотя объемы их продаж могут уменьшиться.

Сегодня у отечественных марок есть прекрасная возможность для роста благодаря ценовому преимуществу и готовности потребителя рассматривать любые предложения, которые по своим качественным характеристикам смогут заменить привычные бренды и сэкономить деньги. Те марки, кому удастся закрепиться в сознании потребителя как бренд, смогут подготовить благоприятную почву для входа в более дорогой сегмент, когда ситуация на рынке нормализуется и потребитель снова сможет больше тратить.

Теперь потребители ищут комфорт и безопасность, нежели статус. Бренды, которые “становятся проще”, останутся на плаву. “Ностальгический” брендинг, коммуницирующий уже известные приятные эмоции, провоцирует покупателей “делать больше, с меньшими затратами”. Продукты, которые смогут разнообразить отдых дома, позволяя сэкономить на “выходе в свет”, также будут пользоваться спросом.

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ: СУЩНОСТЬ, ФОРМЫ ПРОЯВЛЕНИЯ

Важнейшей формой и новым этапом интернационализации хозяйственной жизни стала глобализация. Понятие «глобализация» многогранно. С одной стороны – это перерастание национальных и региональных проблем в общемировые и формирование новой хозяйственной, социальной и природно-биологической глобальной среды. С другой стороны – это процесс трансформации экономических хозяйственных структур в направлении становления целостной геоэкономической реальности. Важнейшими формами проявления глобализации являются: увеличение количества и значения транснациональных корпораций, контролирующих половину самых сильных и богатых экономик планеты, создание глобальной сети Интернет, возросшие масштабы взаимосвязей и взаимодействий современного общества, усиливающийся процесс взаимодействия различных культур, рост влияния международных организаций. Процессы глобализации оказывают существенное влияние на развитие отдельных стран и регионов. Основную часть пре-