

Продвижение зонтичного бренда: что это и как делается?





Создание и продвижение зонтичного бренда - это востребованная услуга на современном рынке. Причем она не обязательно связана с производством и/или продажей такого товара, как зонты. Дело в том, что зонтичными, называют определенные виды торговых марок, которые сегодня довольно распространены в современном бизнесе. О том, что это такое, каковы преимущества подобных брендов и их виды, мы расскажем подробнее!

Что такое зонтичный бренд?

Если вы начнете рассматривать виды брендов, зонтичный бренд вы встретите одним из первых. Это разновидность торговых марок и способ расширения бизнеса, при котором под одним брендом продают различные товары, а порой и разные товарные позиции, к примеру, бритвенные станки и косметические средства.

Такая практика сегодня очень популярна, так как все больше компаний расширяют ассортимент продукции и пытаются присвоить новым товарам не только хорошо известное имя, но и уже созданные ценности, ассоциации, авторитет. Так, под одним зонтом, который вместо защиты от

солнца и дождя, дает репутацию, имидж, готовую систему сбыта и маркетинговые инструменты, находятся сразу несколько товаров.

Виды зонтичных брендов:

Сегодня термин "зонтичный" размыт, так как вариантов расширения марки существует довольно много. Вот лишь некоторые разновидности:

- линейное расширение. Это самый простой способ. Выпускается продукт с другим назначением, характеристиками, параметрами, составом, никаких новых названий регистрировать не нужно. Просто добавляется новое описание к устоявшемуся имени - к примеру, экстрачерный шоколад "Корона";
- расширение с суббрендом. Появляется новая торговая марка, но она тесно связана с материнской компанией. Так часто выпускают новые коллекции товаров, продукты с некоторыми отличиями. Пример - бренд - Ниссан, а суббренд - Ниссан Кашкай;
- отдельный бренд. Это зонтичная компания с давно существующими марками, часть из которых уже воспринимается обособленно. Пример - Nescafe - марка кофе компании Нестле.

Преимущества такого бизнеса:

1) Повышенное доверие. Если у исходного товара компании хорошая репутация, то дополнительная реклама зонтичных брендов практически не нужна. Новый продукт автоматически получит все те же эпитеты качества, надежности, функциональности, что уже были сформированы ранее. И как результат, стратегия продвижения не требует сверхусилий и доработок, в особенности если появившиеся продукты несут те же ценности, что и уже имеющиеся.

2) Преимущества в реализации и распространении. Разработка и продвижение нового товара под уже известным именем не требует дополнительных усилий для дистрибуции. Любой оптовый покупатель или торговая сеть в 9 случаях из 10 возьмет на продажу новинку раскрученной компании. А вот с продукцией неизвестной фирмы такого не произойдет.

3) Укрепление позиций на рынке. Иногда производители выпускают новинки под зонтичной маркой только для того, чтобы укрепить позиции основного продукта. Так, некоторые пивные компании активно предлагают и закуски - сухарики. Выпуск такого дополнительного продукта является по сути лишь вкладом в рг продвижение! Это способствует сохранению лояльности, поддержанию узнаваемости и известности на рынке с большим числом конкурентов.

4) Возможность обхода законодательных ограничений. Ряд товаров закон рекламировать запрещает. Эту проблему бизнес обходит по-разному. В том числе и за счет нового бренда - зонтичного, который подобных ограничений не имеет. Так часто делают производители алкоголя, сигарет, товаров для взрослых, расширяя свой ассортимент конфетами, консервированным перцем или другой продукцией.

Создавая план продвижения бренда, практически всегда можно воспользоваться преимуществами зонтичного подхода. Это возможность сэкономить средства, быстро добиться узнаваемости и роста спроса на товар или услугу.

Технология раскрутки в Интернете

Используются технологии "зонтика" и в глобальной паутине. Такой подход помогает снизить риски повышенной конкуренции, в том числе и за счет выхода в новые тематики. К примеру, добавив ключи в семантическое ядро при SEO, можно стимулировать продажи не только новинки, но и материнского товара, который находится на перенасыщенном рынке. А ранее завоеванные позиции в поиске по многим ключам обязательно помогут с раскруткой новому изделию.

Эффективно работает на благо "зонтика" и всех его марок SMM, SERM - управление репутацией в сети, вирусная реклама, PR-деятельность. Больше доверия у потенциальных клиентов вызывает почтовая рассылка, другие методы онлайн-маркетинга.

Интернет-продвижение бренда компании зонтичного типа, может опираться на такие инструменты, как:

- Поисковое продвижение;
- Контекстная реклама;
- Управление репутацией;
- Маркетинг в социальных сетях;
- Написание Pr-публикаций.

Если вам необходима помощь в продвижении зонтичного бренда через Интернет, то смело выбирайте услуги компании Yeella. Мы поможем как при работе с востребованным сегодня расширением торговых марок в глобальной паутине, так и с продажей онлайн такого товара, как зонтики!
