

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Аудит бренда: параметры анализа (на примере ООО «Любимая Шоколадница»)

Богданова Алеся Александровна

Студент

Северо-Кавказский федеральный университет, Факультет филологии журналистики и межкультурной коммуникации, Ставрополь, Россия

E-mail: sweetbaby.1991god@yandex.ru

Одним из важных этапов любого ребрендинга является аудит бренда. Во многом положительный итог ребрендинга зависит от качественно проведенного аудита. Однако подходов к проведению аудита в современных исследованиях достаточно много. В нашем исследовании мы представили основные составляющие аудита, проведя реальный ребрендинг одного из предприятий города Ставрополя.

Ставропольская кондитерская компания «Любимая Шоколадница» начала свою работу в 2001 году. На сегодняшний день компания имеет десять фирменных магазинов в Ставрополе, четыре в Ростове-на-Дону и три в Краснодаре.

В 2010 году московская сеть кофеен фирмы со схожим названием «Шоколадница» предъявила иск к ставропольскому предприятию о правомерности использования слова «шоколадница» в названии. В ходе судебного разбирательства ставропольская «Любимая Шоколадница» отстояла свое право на название, но была существенно ограничена в сферах своей деятельности, в частности, предприятие не имело право организовывать заведения общественного питания, а также не могла выходить за пределы Ставропольского края. В 2013 году в связи с необходимостью расширения производства перед руководством предприятия встал вопрос о смене бренда. Таким образом, мотивация к ребрендингу, была сформулирована следующим образом: необходимость увеличения уровня лояльности аудитории к новому бренду в связи со сложившимися правовыми обстоятельствами.

Среди этапов ребрендинга первым является аудит бренда, под которым понимается «Комплексное исследование торговой марки во взаимоотношениях со средами бренда – конкурентами, потребителями, корпорантами и прочее».

Для проведения качественного аудита нами была изучена специфика деятельности предприятия «Любимая Шоколадница», история ее развития, основные конкуренты. Также изучив основные подходы к проведению аудита российских и зарубежных авторов, нами были выделены важные параметры анализа состояния компания.

Первый параметр – наличие опыта работы на рынке. Данный параметр важен, так как любое предприятие с многолетним опытом вызывает у потребителей больше доверия, как компания «Любимая Шоколадница», которая производит продукцию уже 13 лет.

Второй параметр – лояльность аудитории. Данный параметр естественно важен, поскольку именно от положительного отношения потребителей зависит успешное развитие компании. Мы выяснили, что продукцию компании «любимая Шоколадница» предпочитает 47% населения города Ставрополя, следовательно, лояльность аудитории достаточно высока.

Третий параметр – характеристика продукта. Компания «Любимая Шоколадница» позиционирует себя как предприятие выпускающее «самый натуральный продукт». Данный параметр тесно связан с двумя предыдущими, так как от опыта работы во многом зависит качество выпускаемой продукции. А также от цены и качества зависит лояльность аудитории.

Четвертый параметр – конкуренция. Данный параметр, несомненно, важен, так как любая компания в современном мире развивается в условиях жесткой конкуренции. Не зная основных достоинств и недостатков главных конкурентов, не представляется возможным дальнейшее успешное развитие компании на рынке. В ходе исследования, мы обозначили основных конкурентов «Любимой Шоколадницы», ими стали четыре компании, которые пользуются большим уважением у населения, выигрывают за счет цены на продукцию, но проигрывают по качеству.

Выявив данные аспекты смело можно приступать непосредственно к ребрендингу предприятия. Нам представилось возможным по-новому взглянуть на текущую ситуацию и перспективы, поставить достижимые цели долгосрочного развития, разработать конкурентоспособный комплекс стратегий достижения этих целей, выработать и осуществить функциональные планы рыночных мероприятий.

Литература

1. Векслер, А. Ф. Связи с общественностью для бизнеса. Н. Новгород: PR-эксперт. 2001 г. 194с.
2. Официальный сайт компании «Любимая Шоколадница» <http://www.tort26.ru/>
3. Сайт «Ставрополь сегодня» <http://stavtoday.ru/>