

# УДК ФАКТОРЫ ВЛИЯНИЯ БРЕНДА НА ЛОЯЛЬНОСТЬ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Рыжанкова Ю.А.

Научный руководитель к.и.н., доцент Матяс И. Д.  
Белорусский национальный технический университет

Выявление целевой аудитории — один из основных вопросов маркетинга. От создания товара до его дистрибьюции маркетинговая работа невозможна без определения целевой аудитории. На основе знания производителем потенциальной аудитории товаров или услуг, на основе знания привычек потребления и совершения покупок, осуществляется позиционирование, подбор ассортимента, выработка стратегии развития предприятия в целом.

Определить правильно целевую аудиторию недостаточно. Следующей задачей любого бизнеса является завоевание доверия аудитории — важнейшей составляющей успешного брендинга, причем не только с точки зрения продавцов, но и с точки зрения покупателей.

Брендинг — это деятельность, основанная на общем усиленном действии на потребителя торгового знака, упаковки, элементов рекламы, объединенных определенной идеей и однотипным оформлением, которые выделяют товар среди конкурентов и создают его образ.

Лояльность — это устойчивое положительное отношение аудитории к компании в целом, которое может выражаться в рекомендациях ее услуг другим лицам и постоянных покупках продукции данного бренда. Именно брендинг способствует формированию лояльности целевой аудитории к продуктам компании.

Исходя из проведенного нами опроса, как минимум 30 % людей покупают продукцию у известного и привычного им бренда, даже не задумываясь о покупке товара другой торговой марки. Это подтверждает, что сегодня работа на конкурентном рынке путем изменения ценовой политики и проведения грамотной рекламы может быть недостаточной. Появляется задача создать уникальную программу лояльности, способную заставить клиентов привыкнуть к определенному бренду, а потом поощрять это. Успешными стратегиями вовлечения аудитории могут стать многоуровневые системы с получением дополнительных выгод на каждом уровне, активная обратная связь и мобильность программ лояльности.