

## СПІВРОБІТНИК КОМПАНІЇ – АГЕНТ З ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ

Студ. Вартова М.В.

Наук. керівник доц. Євсейцева О.С.

Київський національний університет технологій та дизайну

Бренд - це торгова марка, що володіє унікальною цінністю для певної цільової аудиторії. Також можна сформулювати, що бренд - це цільний, унікальний і привабливий образ торгової марки, здатний поширюватися на її товари або послуги. Бренд не є безпосередньо товаром або послугою, хоча він і асоціюється з конкретними товарами чи послугами. Задача товарів або послуг підтримувати цінності бренду, а не розвивати їх, що важливо при розробці продуктової стратегії бренду.

Задача бренду - управляти діями і комунікаціями компанії для досягнення запланованої власної ціннісної позиції і позитивного образу у свідомості споживачів. Задача брендингу, в тому числі, доставляти враження від володіння брендом і надавати можливість споживачеві демонструвати це володіння в очах оточуючих.

Образ бренду складається, безумовно, з самого продукту, кожне придбання якого являється для споживача позитивним або негативним досвідом. Однак не менше, а то й більше значення має оточення – реклама і промо-акції, дизайн товару і торгової точки і, звичайно, люди, завдяки яким продукт потрапляє до споживача.

Так, англійська мережа сандвіч-барів «Pret A Manger» в просуванні бренду зробила ставку саме на своїх співробітників. Ідея сумісності зручності «швидкої їжі» з високою якістю продуктів і доброзичливим обслуговуванням, створена простими працівниками в сфері управління об'єктами нерухомості, Джуліаном і Сінклером, припала до смаку жителям Великобританії.

Назва на французькій мові «Pret A Manger» створювала певний ореол ексклюзивності навколо закладу, навіть якщо це був простий сандвіч-бар. Сприяла цьому унікальна корпоративна культура, що стала основою оригінального бренду компанії, що виділяло її на фоні численних конкурентів. «Pret A Manger» створили справжню концепцію високого класу в сфері швидкого харчування, адже в стравах вони використовують виключно свіжі і екологічно чисті продукти, а в закладах працює висококваліфікований персонал.

Жодна добра справа не залишиться без винагороди. Основоположний принцип діяльності «Pret A Manger»: «До всього треба відноситись «з душею» і робити все найкращим способом. Люди складають своє враження про бренд не завдяки рекламі, а завдяки тому, що ви робите і в що вірите».

Перфекціонізм є справжньою «релігією» компанії «Pret A Manger», а співробітники мають право і обов'язок демонструвати цей принцип на практиці. Прийняття людей на роботу в «Pret A Manger» за їх ентузіазм, відношення до клієнтів і навчання їх необхідним навичкам – одна з головних відмінних рис компанії. Рядові співробітники «Pret A Manger» можуть приймати важливі рішення на свій розсуд, керуючись загальними принципами компанії. Кожен з менеджерів «Pret A Manger» один раз в квартал повинен провести день в одній з робочих команд в якості її рядового члена. Таким чином не тільки створюється спеціальний зв'язок менеджерів компанії з основою її бренду, але й підтримується вертикальний зв'язок.

Відкриття мережі компаній «Pret A Manger» в Манхетені, США та Гонконгу принесло значні прибутки. Однак поки що компанія не збирається розширюватись за межі Англії і це є правильним, адже в кінці кінців, сандвічі – це типово британський продукт, і розраховувати на те, що він буде користуватися такою ж популярністю в інших країнах, мабуть, не варто.