



PR-стратегия управления портфелем брендов

Выполнила:

Научный руководитель:



Актуальность темы

- в современном мире развитие производственной базы, рост числа фирм и предприятий порождают наличие острой конкуренции на рынке. В условиях этой конкуренции организации в борьбе за потребителя стали уделять все больше внимания аспектам создания и способам PR-продвижения брендов производимой продукции или бренда самого предприятия.



Цель и задачи исследования

Цель исследования – выявление проблем, возникающих при создании портфеля брендов и разработки стратегии его эффективного управления.

Задачи исследования:

- определить PR-элементы стратегии брендового портфеля;
- проанализировать структуру портфеля брендов;
- изучить бренд «Башкирский мед»
- выявить факторы, влияющие на разработку PR-стратегии брендового портфеля;
- проанализировать PR-менеджмент портфеля брендов.



Теоретические основы управления портфелем брендов

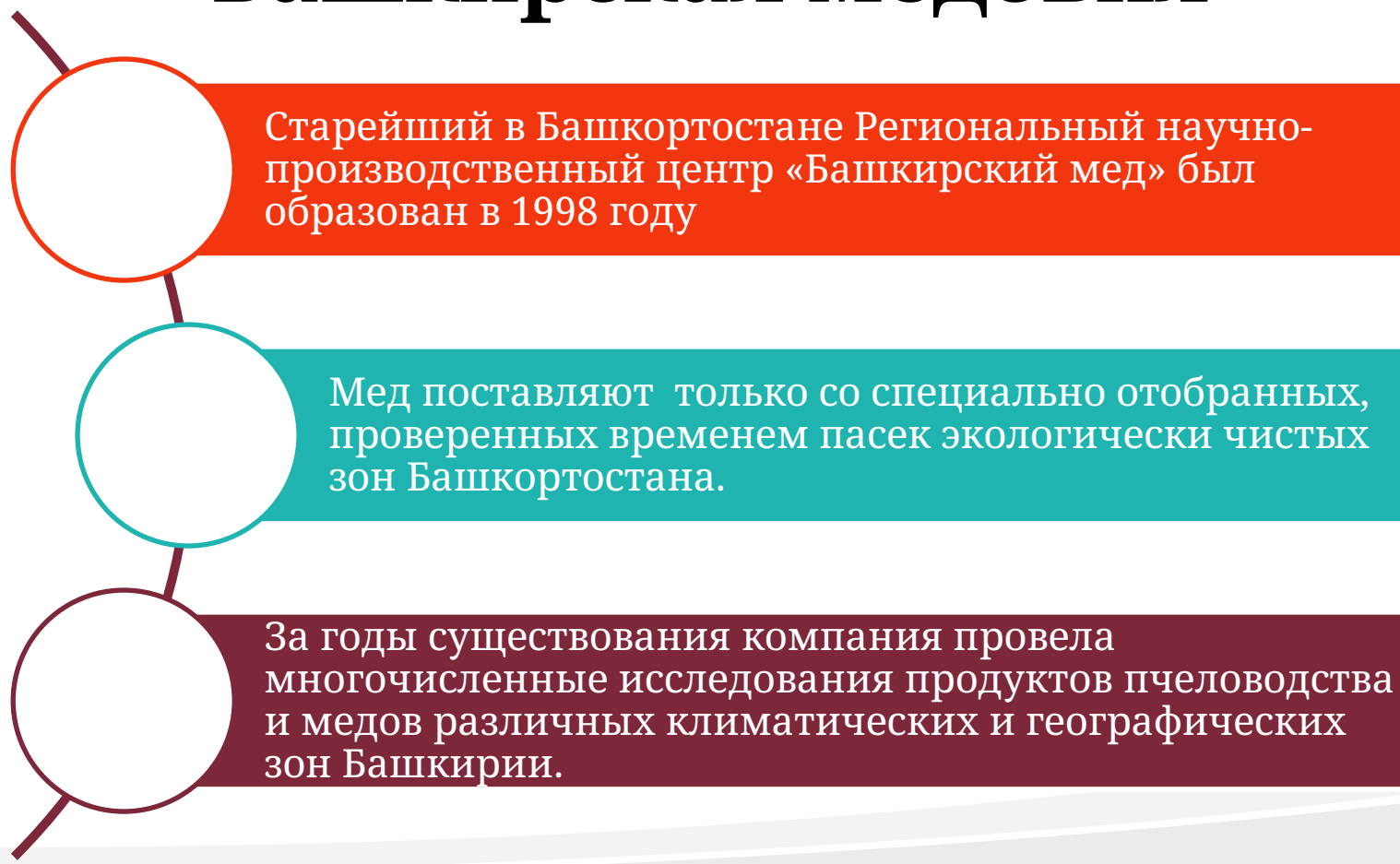
Портфель брендов –

это сложные комбинации
международных и локальных,
сильных и слабых, молодых и
зрелых брендов.

Целью же кропотливой работы по поддержанию эффективного портфеля брендов – это получение максимально возможной прибыли при возможной минимизации риска.



PR-стратегия управления портфелем брендов «Башкирская медовня»



Старейший в Башкортостане Региональный научно-производственный центр «Башкирский мед» был образован в 1998 году

Мед поставляют только со специально отобранных, проверенных временем пасек экологически чистых зон Башкортостана.

За годы существования компания провела многочисленные исследования продуктов пчеловодства и медов различных климатических и географических зон Башкирии.

Стратегические роли брендов



Матрица «Товар-бренд»



	Товары			
	1	2	...	N
Бренды	A			
	B			
	...			
	Z			

PR-стратегия управления портфелем брендов «Башкирская медовня»





PR-стратегия управления портфелем брендов «Башкирская медовня»



проблемы стратегического роста
можно решать с помощью
портфельных инструментов

предложение может получиться
слишком сложным,
запутывающим как
потребителей, так и сотрудников



PR-стратегия управления портфелем брендов «Башкирская медовня»

1

периодически полезно
внимательно смотреть на
бренды и расширения
линейки в брендовом
семействе

2

Слабые бренды, которые
перестали соответствовать
стратегии, должны стать
кандидатами на удаление
из портфеля





PR-стратегия управления портфелем брендов

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!