

УДК 659.1

*Мин А.В.,
студентка, 4 курс «Гуманитарный факультет»,
Санкт-Петербургский государственный университет
телекоммуникаций имени профессора М.А. Бонч-Бруевича
Россия, г. Санкт-Петербург
Капорикина Е.,
студентка, 4 курс «Гуманитарный факультет»,
Санкт-Петербургский государственный университет
телекоммуникаций имени профессора М.А. Бонч-Бруевича
Россия, г. Санкт-Петербург
Научный руководитель: Кузнецова Е.И.,
кандидат политических наук, доцент кафедры социально-
политических наук*

ОСОБЕННОСТИ БРЕНДИНГА В ИНТЕРНЕТЕ

Аннотация: Данная статья посвящена особенностям брендинга в интернете. Были рассмотрены преимущества брендинга в интернете, такие как: измеряемость, коммуникация, оперативность и технологичность.

Ключевые слова: бренд, реклама, интернет-реклама, интернет, брендинг, коммуникация, маркетинг, товар, услуга, пользователь.

*Min A.V.,
student, 4th year “faculty of Humanities”,
St. Petersburg state University of telecommunications named after
Professor M. A. Bonch-Bruevich
Russia, St. Petersburg*

*Kaporikova E.,
student, 4th year “faculty of Humanities”,
St. Petersburg state University of telecommunications named after
Professor M. A. Bonch-Bruevich
Russia, St. Petersburg
Scientific supervisor: Kuznetsova E.I.,
candidate of political science, associate Professor of social and political
Sciences*

FEATURES OF BRANDING ON THE INTERNET

Abstract: This article is devoted to the peculiarities of branding on the Internet. The advantages of branding on the Internet were considered, such as: measurability, communication, efficiency and manufacturability.

Key words: brand, advertising, online advertising, internet, branding, communication, marketing, product, service, user.

В современном мире происходят кардинальные изменения в различных сферах, и маркетинг не является исключением. Для того, чтобы добиться долгосрочного увеличения продаж и выделиться среди конкурентов, сегодня, просто необходимо использовать брендинг в интернете, чем уже занимаются многие успешные компании. Брендинг в интернете требует понимания всех его особенностей, также необходимо учитывать тип брендируемой компании и не допускать ошибок.

На сегодняшний день существует множество инструментов маркетинга и одним из важнейших является брендинг. Брендинг позволяет компании, отдельному товару или услуге дифференцироваться от конкурентов, обеспечивает дополнительную ценность, а также помогает добиться долгосрочного увеличения продаж. Каждый день мы наблюдаем

вокруг себя большое количество брендов, одни из которых имеют мировую популярность, а другие известны лишь в отдельной стране, городе или регионе. Брендинг проявляется повсюду, безусловно, что он и не обошёл стороной интернет.

Пока лишь немногие специалисты выделяют брендинг в интернете как отдельное направление. О брендинге в интернете стали говорить относительно недавно, когда сеть набрала значительное количество пользователей, число которых в мире увеличивается с каждым днём.

Главной причиной, по которой брендинг в интернете необходимо выделять особо, является существенные различия между принципами восприятия информации потребителями в сети и в реальной жизни.

Брендинг основывается на взаимодействии между производителем и потребителем. Интернет же является особой коммуникационной средой с огромным количеством пользователей и большими возможностями, поэтому брендинг в этой среде требует уникального подхода.

Единая маркетинговая стратегия, которая является обязательным элементом как традиционного, так и интернет-брендинга, должна принимать во внимание особенности интернет-среды. Необходимо учесть все самое важное, чтобы бюджет не был потрачен напрасно.

Интернет, как площадка для брендинга, имеет ряд преимуществ. К ним относятся:

- коммуникационные возможности – благодаря интернету открываются широкие возможности для взаимодействия со своей целевой аудиторией, то есть компании могут напрямую общаться с потребителями;
- приемлемая стоимость, что соответственно делает брендинг в Интернете более доступным;
- измеримость – существенное преимущество, так как интернет позволяет не только отслеживать статистику, но и прогнозировать результаты; оперативность – за короткое время можно повысить

узнаваемость бренда так, что с совсем необсуждаемого он станет самым популярным в онлайн-СМИ и социальных сетях;

- технологичность – это предоставляет брендингу большие возможности, так как Интернет является высокоинтеллектуальной и технологичной площадкой;

- ещё одна положительная особенность брендинга в интернете – возможность таргетинга целевой аудитории и создания персонализированных предложений. интернет позволяет сегментировать свою целевую аудиторию по определенным параметрам и работать конкретно со «своим потребителем».

Традиционный брендинг основательно закрепился в арсенале специалистов в сфере рекламы и связей с общественностью, а вот интернет-брендинг пока еще медленно, но уверенно идет к этой цели. Однако, на сегодняшний день, доказывать значимость брендинга в интернете уже не имеет смысла. Безусловно, первыми, кто начал деятельность в данной области являются западные или крупные национальные компании, но сегодня в этом направлении начинают двигаться все компании, которые хотят добиться значительных успехов и занять отдельное место в сознании потребителей.

Список использованных источников:

1. Годин А. А. Интернет-реклама: Учебное пособие / А. А.Годин, А. М. Годин, В. М. Комаров. — 2-е изд. — Москва: Дашков и К, 2012. – 256 с.
2. Домнин В. Н. Брендинг: новые технологии в России. – СПб.:Питер, 2004. – 391 с.