

УДК 658.8; 339.1

**Андрій Галяберда**

**Andriy Galiaberda**

Науковий керівник – к.е.н., доцент Шпилик С.В.

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **ІНТЕРНЕТ-БРЕНДИНГ**

## **INTERNET BRANDING**

В даний час існує багато різних інструментів маркетингу. І одним з найважливіших є брендинг. Щодня нас оточує величезна кількість брендів, відомих в цілому світі або тільки в своєму регіоні. Бренди повсюди, вони допомагають фірмам диференціюватись від конкурентів, створити свою унікальну цінність, збільшити продажі. І, звісно, брендинг не зміг обійти найважливішу сферу нашого життя – Інтернет.

Інтернет-мережа відкрила перед покупцями широкі обрії, також дала додаткові шанси постачальникам для реалізації своєї продукції і поставила бренд-менеджерам значно складніші завдання у формуванні нових ідей, логотипів. Інтернет дає значно вищі шанси того, що з'являться нові ринки, є унікальним середовищем яке в онлайн режимі може дати інформацію про те, як споживач відноситься до бренду. Складно уявити компанію яка б не була представлена у мережі інтернет. Значення бренду в мережі зросло настільки, що тепер ми не турбуємось про те, щоб споживач взяв товар з полиці і поклав собі у кошик, в мережі інтернет таких віртуальних полиць тисячі. Компаніям потрібно турбуватись про те, щоб їх бренд було легко впізнати і споживач кожен раз повертався саме до них.

Основною перевагою інтернет-бренду є те, що відсутні кордони як часові так і географічні, сайт працює коли, де і як завгодно. Великою перевагою сайту як і самого інтернет-брендингу є те, що він не дорогий у створенні у порівнянні із звичною для нас рекламою.

Види брендів в інтернет можна класифікувати наступним чином:

1. Інсайд-бренд (Inside Brand) - бренд бізнесу, який будується виключно в Інтернеті.
2. Аутсайд-бренд (Outside Brand) - бренд, у створенні та просуванні якого Інтернет виступає в якості допоміжного інструменту.

Для продажу бренду в інтернет рекомендуються: розміщення рекламних банерів; поширення нерекламних статей у тематичних ЗМІ; робота на форумах і в соціальних медіа; запуск блогу. Для просування крім перерахованого вище використовуються: створення промо-сайту; вірусні технології; флеш-ігри; конкурси на тематичних ресурсах.

Брендинг поза мережею займається створенням довгострокової споживчої переваги для фірми або марки. Натомість брендинг в Інтернеті є дещо ширшим, ніж в звичайному світі. Основна відмінність полягає у більшій динаміці, оскільки світ невпинно рухається вперед і кожного разу потребує все більшого і саме динаміка дозволяє інтернет-бренду бути на крок попереду. Безперечно Інтернет буде відігравати з кожним разом все більшу роль у створенні нового бренду, або ж поверненні популярності старому. Інтернет-мережа стає частиною життя людей, інтернет-бренди займатимуть своє місце у житті споживачів. І з кожним разом все більше компаній будуть змушені шукати своє місце в мережі для зв'язку зі своєю цільовою аудиторією та шукати інноваційні способи для привернення уваги. Інакше їх чекає доля брендів про які більше ніхто не згадає.

Отже, інтернет-брендинг дає неймовірні можливості для компаній, але й ставить ряд проблем. Однією з них є те, що бренди мають бути представлені в першу чергу в онлайні, для того, щоб створити впізнаваність для своєї продукції. Хоча можуть розвиватись також і поза межами мережі але тільки тоді коли з'явився бренд в мережі Інтернет. І в такому випадку позамережева діяльність буде тільки на користь компанії, залучаючи через каталоги, невеликі магазини відвідувачів в Інтернет рекламуючи таким чином свій бренд.