

ЗАСОБИ ПРОСУВАННЯ ВІДОМОГО БРЕНДА

Літвінчук О.В., гр. МР-37

Науковий керівник – канд. екон. наук, доц. **К.С. Олініченко**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Об'єктом дослідження обрано відомий бренд спортивного взуття та одягу – Adidas, адже компанія змогла сформувати свій імідж так, що бренду довіряє вся планета, він є одним із лідерів у світі.

У компанії існують три підрозділи: Adidas Sport Performance, Adidas Sport Heritage і Adidas Sport Style. Стратегія розподілу бренда на три підрозділи є головною відмінною характеристикою торгової марки. Це абсолютно унікальний спосіб вираження спорту у всіх його проявах: на спортивній арені, на вулиці, у спортивному одязі.

За результатами опитування респондентів, виявлено, що 99% знають торгову марку Adidas і 90% з них купували продукцію цієї торгової марки. З них 96% опитаних студенти і працюючі чоловіки та жінки віком від 19 до 30 років. 64% опитаних купують товари у фірмових магазинах і дізналися про цю торговельну марку по телебаченню і з друкованих видань. Для 96% опитаних основним критерієм вибору товарів цієї торгової марки є якість і мода. За підсумками опитування, всього 40% респондентів брали участь в акціях, що говорить про погану реалізацію попередньої рекламної кампанії.

Саме результати опитувань показують: брендинг та реклама компанії працює в правильному руслі. Основною ідеєю рекламної кампанії фірми у 2020 році було те, що спорт є невід'ємною частиною життя багатьох людей. Одяг, взуття та спортивний інвентар цієї торгової марки сприяють поліпшенню результатів спортивних досягнень людини. Торгова марка Adidas орієнтується не тільки на професійних спортсменів, а й на звичайних людей, що займаються аматорським спортом. Для кожної людини поліпшення його власних спортивних результатів є маленькою перемогою. Дуже часто можна побачити рекламу продукції у відомих блогерів у мережах Instagram або YouTube.

Загалом, рекламними та PR-кампаніями бренда Adidas від початку існування компанії керували креативні люди, які використовували різні способи, щоб завойовувати свою частку ринку, починаючи з волонтерства, завершуючи колабораціями із зірками. Вони зарекомендували себе у світі як виробники якісного та стильного одягу для занять спортом.