

Разберёмся с понятиями

Товарный знак и торговая марка (trade mark) ? юридические категории.

Товарный знак (торговая марка) используется для индивидуализации товаров, работ, услуг.

Право на использование товарного знака (торговой марки) защищается законодательно.

Товар — экономическая категория.

Это продукт труда, произведённый для обмена и человеческих потребностей.

Фирменный стиль ? дизайнерский, рекламный термин.

Фирменный стиль ? единство формально-содержательных элементов рекламных обращений, которые за счет своей целостности, гармоничности и системного использования во всех рекламных коммуникациях формируют необходимый образ производителя или товара.

Основные элементы фирменного стиля — это логотип, слоган, фирменный шрифт, цвет, компоновка (схема верстки), фирменный персонаж, фирменная упаковка.

Бренд (брэнд) ? в переводе с английского «brand» означает клеймо, торговую марку.

Бренд ? это экономическая категория и категория маркетинга.

Бренд ? это единство имени, упаковки, цены, истории, репутации, способа рекламирования продукта.

Торговая марка и фирменный стиль: прорыв в новое качество

В фирменном стиле происходит процесс наполнения товарного знака и других объектов средств индивидуализации определенными ассоциациями и смыслами.

Фирменный стиль ? это уже образ, пока не очень полный и не имеющий глобального распространения. Это своеобразный переход в иное качество — из упаковки или товара (товарный знак) в сознание целевой аудитории. Достигается это за счёт рекламы и других средств маркетинговой коммуникации.

Фирменный стиль ? фундамент бренда

Сформированный фирменный стиль — это основа для бренда.

Бренд ? философия торговой марки

Бренд ? это хорошо известная потребителям и потому «раскрученная» торговая марка.

Когда говорят о разработке нового продукта или услуги, используют определение «торговая марка», а когда новый продукт получает признание потребителей и приобретает определенную известность, узнаваемость и долю рынка, тесня своих конкурентов, он становится «брендом».

Бренд ? это бывшая торговая марка с устойчивыми ассоциациями и положительной репутацией.

Бренд не является физической сущностью, это ценность и философия торговой марки, его нельзя создать исключительно работой дизайнера. Бренд ? это впечатления, которые остаются в сознании потребителя.

Бренд ? миф, легенда, мечта в представлении потребителя, которые позволяют подходить к выбору товаров не рационально, а эмоционально.

С экономической точки зрения бренд отличается от торговой марки тем, что имеет длинный жизненный цикл, приносит дополнительную прибыль, по сравнению с «нераскрученной» торговой маркой.

Торговыми марками (товарными знаками) владеют многие компании, брендами ? единицы.

Торговая марка ? это ценный материальный актив, бренд ? ценный нематериальный актив.

Бренд ? интеллект товара

Бренд ? это интеллектуальная часть товара. Выражается в свойствах только данного продукта, в его названии, дизайне со стойкой и сильной коммуникацией с покупателем.

Подведём итог

Товар ? материальная часть бренда. Не всегда является торговой маркой и брендом.

Торговая марка (товарный знак) ? индивидуализация товаров (услуг), подлежит юридической защите. Представляет собой юридически зарегистрированные элементы фирменного стиля.

Фирменный стиль формирует рекламный образ и при грамотной разработке переходит в качественно новую сущность ? бренд.

Бренд ? рыночный инструмент воздействия на сознание, явление массового сознания, добавленная ценность для потребителя.

Бренд ? «раскрученная» торговая марка, интеллект товара.