

SADRŽAJ

O BRENDU I BRENDIRANJU 3

O KOMPANIJI AVON 4

NASTANAK I RAZVOJ 4

DJELATNOST I PRINCIPI KOMPANIJE 5

BREND STRATEGIJA 7

ZAKLJUČAK 8

LITERATURA 9

O BRENDU I BRENDIRANJU

Proizvod može biti bilo šta što ima sposobnost da zadovolji potrebe kupaca, dok brend nastaje u procesu brendiranja. To je proces u kome kompanije izdvajaju svoju ponudu proizvoda od ponuda konkurencije. Sama riječ "brend" potiče od staronorveške riječi "brandr", što znači "goriti" (eng. riječ "brand" označava žig kojim se obilježava stoka, da bi se utvrdilo ko je njen vlasnik). Izgradnja i održavanje brendova jedan je od ključnih zadataka marketing menadžera. Pored toga što brendovi omogućavaju kompanijama da naprave razliku između svojih i konkurentskih proizvoda, oni donose i određene koristi kompanijama. To se, prije svega, odnosi na uvećavanje finansijske vrijednosti kompanije, sticanje lojalnih kupaca sa stabilnim odnosom prema brendu i opravdanost visoke cijene proizvoda.

Jedan od veoma bitnih koraka u izgradnji brenda jeste davanje imena brendu i u ovom pogledu postoje tri strategije:

Familijarna – familijarno ime brenda koristi se za sve proizvode

Individualna – ovo ime ne pokazuje pripadnost nekom brendu

Kombinovana – familijarna i individualna imena brendova se kombinuju

Pozicija brenda na tržištu je izgrađena na osnovu šest elemenata:

Domen

Naslijeđe

Vrijednost

Osobenost

Ličnost

Odras

Svaki brend ima tendenciju da se širi i razvija. Širenje brenda, ustvari, predstavlja korištenje imena nekog ustanovljenog brenda za brendove na nepovezanim tržištima.

O KOMPANIJI AVON

U današnjem vremenu, veoma je teško ostvariti uspjeh na tržištu, a pogotovo se zadržati na njemu duže vrijeme. Svaki dan se pojavljuju nove kompanije, naročito u oblasti kozmetike, nude razne preparate i proizvode koji će nas učiniti ljepšim. Jedna od rijetkih kompanija koja je ostvarila međunarodni uspjeh i koja opstaje na tržištu kozmetike jeste kompanija AVON.

Godišnja prodaja u 2005. godini je bila 8,2 milijarde \$. Godišnji rast iznosi 5,2 %. Velika kozmetička kuća poput AVON kompanije ne zaustavlja se samo na kozmetičkim preparatima, već nastavlja i dalje, šireći svoju ponudu raznim nakitom i torbama, čime svoju viziju uljepšavanja žena upotpunjuje i sa ponosom ističe da je - kompanija za žene.

NASTANAK I RAZVOJ

AVON kompaniju osnovao je David Connel krajem 19-og vijeka. On je prodavao knjige od vrata do vrata. Da bi poboljšao svoje poslovanje svakoj ženi bi za kupljenu knjigu poklonio i jedan cvijet. Ubrzo je uvidio da žene kupuju knjige samo zbog divnog mirisa koji dobijaju na poklon. To ga je navelo da osnuje kompaniju koja će proizvoditi parfeme - California Perfume Company.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com