

**СОВМЕСТНЫЙ БРЕНДИНГ КАК СПОСОБ ПРИВЛЕЧЕНИЯ
И УДЕРЖАНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ:
ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

Совместным брендингом называется форма сотрудничества двух и более брендов для продвижения или создания новых товаров и получения наибольшей прибыли, при этом названия всех брендов сохраняются. Такое взаимодействие становится довольно популярным среди компаний, потому что оно позволяет привлечь большее количество клиентов.

Компании, использующие подобную форму сотрудничества, могут преследовать различные цели. Например, реклама брендов для увеличения количества покупателей, продвижение каких-либо ценностей или создание принципиально нового продукта. Такое сотрудничество выгодно обеим сторонам. У многих потребителей есть свой «список» брендов, который ассоциируется с надежностью и качеством. И если компания из такого «списка» начнет проводить совместный брендинг, велика вероятность того, что клиенты не только приобретут товар или услугу, но и обратят внимание на компанию-партнера. Следовательно, бренды привлекают внимание друг к другу, и компании получают как новых клиентов, так и дополнительную прибыль.

Иногда покупатель не подозревает, что продукт или услуга являются результатом совместного брендинга. Примером является сотрудничество «McDonald's» и «Disney». Компания «Disney» создает мультфильмы, в которых появляется реклама ресторана «McDonald's», где можно приобрести не только еду, но и игрушечные фигурки персонажей мультфильма. Эта реклама особенно привлекает внимание детей, которые будут уговаривать родителей посетить такой ресторан. Таким образом, «McDonald's» и «Disney» получают дополнительную прибыль и привлекают новых клиентов.

В Беларуси компании также прибегают к совместному брендингу. Таким примером является сотрудничество аквапарка «Лебяжий» в Минске с компанией «Красный пищевик». В аквапарке проходила акция, по условиям которой при покупке в магазинах сети «Красный пищевик» товаров на определенную сумму, можно получить значительную скидку на посещение аквапарка. Следовательно, происходит взаимная реклама, и обе компании увеличивают свою прибыль за счет увеличения количества клиентов.

В качестве инструментов совместного брендинга выступают PR-технологии: пресс-конференции, информационные сообщения в СМИ (реклама), проведение различных мероприятий. Выбор данного инструмента обусловлен его эффективностью в привлечении большого количества клиентов.

Вышеуказанные примеры показывают, что совместный брендинг, это довольно популярная форма сотрудничества, а поскольку благодаря ему компании действительно получают прибыль и новых клиентов, совместный брендинг имеет хорошие перспективы для развития.