

Работник, цель деятельности которого —
создание торговых марок и продвижение
на рынке.

Бренд — это торговая марка, хорошо известная потребителю, это то название производителя, которое хорошо знакомо покупателям и обеспечивает повышенный интерес на соответствующую продукцию. Всем известны, например, такие бренды как *Coca-Cola*, *Sony* или *Adidas*.

Помимо названия бренды включают и легко узнаваемый набор внешних признаков, определенную символику, например, логотип и определенные сочетания цветов. Бренды позволяют повысить спрос и успешно продать товар по более высокой цене, чем у конкурентов. Это достигается из-за ярких и запоминающихся торговых марок, создания девизов-слоганов (типа «Чистота — чисто *Tidel*»).

Бренд-менеджеры занимаются определением целевой аудитории продукта (на каких конкретно потребителей он рассчитан), построением продуманной рекламной кампании, работой с торговыми организациями, чтобы предложить соответствующую продукцию.



Чтобы стать бренд-менеджером, желательно иметь высшее экономическое образование, опыт работы в области торговли или рекламы. Человек должен быть: коммуникативным и обладать творческими способностями.



**Какую можно придумать рекламу
этому товару?...**