

Влияние снижения оттока на доход

Входные переменные	Значение
Количество клиентов	100 000
Годовой доход клиента	1000 дол.
Годовой отток	30 %
Влияние снижения на 5 % на финансовый результат	1 500 000 дол.
Влияние снижения на 10 % на финансовый результат	3 000 000 дол.
Влияние снижения на 25 % на финансовый результат	7 500 000 дол.

Источник: [1, с. 74].

удержанию, системная работа по совершенствованию клиентских процессов и построению отношений с клиентами.

Стоит отметить, что процесс анализа и устранения причин оттока — это не разовая активность, а регулярная деятельность.

Литература

1. *Джеффри, М.* Маркетинг, основанный на данных. 15 показателей, которые должен знать каждый маркетолог / М. Джеффри. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 220 с.

2. *Campbell, P.* The complete guide to calculating and optimizing SaaS MRR Churn [Electronic resource] / P. Campbell // ProfitWell. — Mode of access: <https://www.profitwell.com/blog/saas-metrics-calculate-and-optimize-saas-mrr-churn>. — Date of access: 02.04.2018.

И.Н. Боровец

*Научный руководитель — И.К. Гундарь
Филиал БГЭУ «НТЭК» (Новогрудок)*

ЭВОЛЮЦИЯ БРЕНДА

В современном мире непрерывно происходит процесс производства: новых предметов, символических форм, понятий, знаков, смыслов. При этом основной задачей общества производителей является создание мотивирующих символов и знаков, к которым можно отнести и бренд.

Актуальность работы обусловлена тем, что слово «бренд» имеет иностранное происхождение, значение которого не всегда понятно обыкновенному человеку. Поэтому в данной работе я хочу выяснить, что такое бренд, каково его значение для современного общества потребителей и производителей. Задачи исследования:

- выяснить значение термина «бренд»;
- изучить эволюцию бренда и определить его значение на современном этапе.

В далекие времена клеймо использовали для обозначения права собственности или удостоверения авторства произведенного товара.

В настоящее время Бренд — это знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой. Бренд воспринимается как широко известная торговая марка или компания, занимающая в сознании и психологии потребителей особое место из массы себе подобных. Процесс создания бренда и управления им называется брэндингом.

Брэндинг — относительно новое для нашей экономики понятие. Тем не менее, он уверенно набирает силу, становится неотъемлемой частью маркетинговой политики предприятий. Этому есть определенные подтверждения: профессиональный конкурс «Бренд года», Рейтинг «БелБренд — ТОП-100 белорусских брендов».

Эволюцию (развитие) бренда, его значимость можно рассмотреть и с точки зрения информированности о нем конкретных потребителей продукции. Для этого был проведен опрос среди нового поколения покупателей — учащихся колледжа. Опрос выявлял «спонтанное знание и предпочтение» брендов среди потребителей. Достаточно высокие показатели информированности учащихся являются свидетельством активной деятельности предприятий-производителей в области брэндинга и являются подтверждением эволюции бренда.

Таким образом, понятие «бренд» претерпело многовековую эволюцию — от древнего клейма до современного научно обоснованного бренда. И на сегодняшний день бренд представляет собой специфический нематериальный актив, имеющий тенденцию к очень высокой конкурентоспособности и стоимости.

Литература

1. *Акулич, И. Л.* Основы маркетинга : учебник / И. Л. Акулич. — Минск : БГЭУ, 2015. — 538 с.
2. *Годин, А. М.* Брэндинг : учеб. пособие / А. М. Годин, А. А. Дмитриев, И. Б. Бабленков. — М. : Дашков и К°, 2004.
3. *Дурович, А. П.* Маркетинг: курс интенсивной подготовки : учеб. пособие / А. П. Дурович. — Минск : Современ. шк., 2010. — 256 с.
4. *Корзун, А. В.* Эволюция бренда / А. В. Корзун // Бренд-менеджмент. — 2008. — № 1 (38). — С. 2–9.
5. *Котлер, Ф.* Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер, К. Келлер. — 12-е изд. — СПб. : Питер, 2006. — 526 с.
6. *Карпова, С. В.* Современный брэндинг : монография / С. В. Карпова. — М. : Палеотип, 2011. — 188 с.
7. Словарь маркетинговых терминов [Электронный ресурс] // Академик. — Режим доступа: <https://dic.academic.ru/>. — Дата доступа: 15.03.2018.
8. Сайт конкурса «БРЭНД ГОДА» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://bestbrand.by/>. — Дата доступа: 15.03.2018.
9. Электронный журнал Marketing.by [Электронный ресурс]. — Режим доступа: www.marketing.by. — Дата доступа: 15.03.2018.
10. SlideShare [Electronic resource]. — Mode of access: <https://www.slideshare.net/melnikpavel/belbrand>. — Date of access: 15.03.2018.