

# ICMR Brand Balance

Оценка силы  
бренда



# Почему возникла потребность в новом подходе



- **Разнонаправленность  
имеющихся у клиента данных**
  - данные продаж
  - знание и восприятие бренда
  - лояльность к бренду
  - готовность покупать по премиальной цене
  - ....



# Почему возникла потребность в новом подходе

... что особенно характерно и критично для:

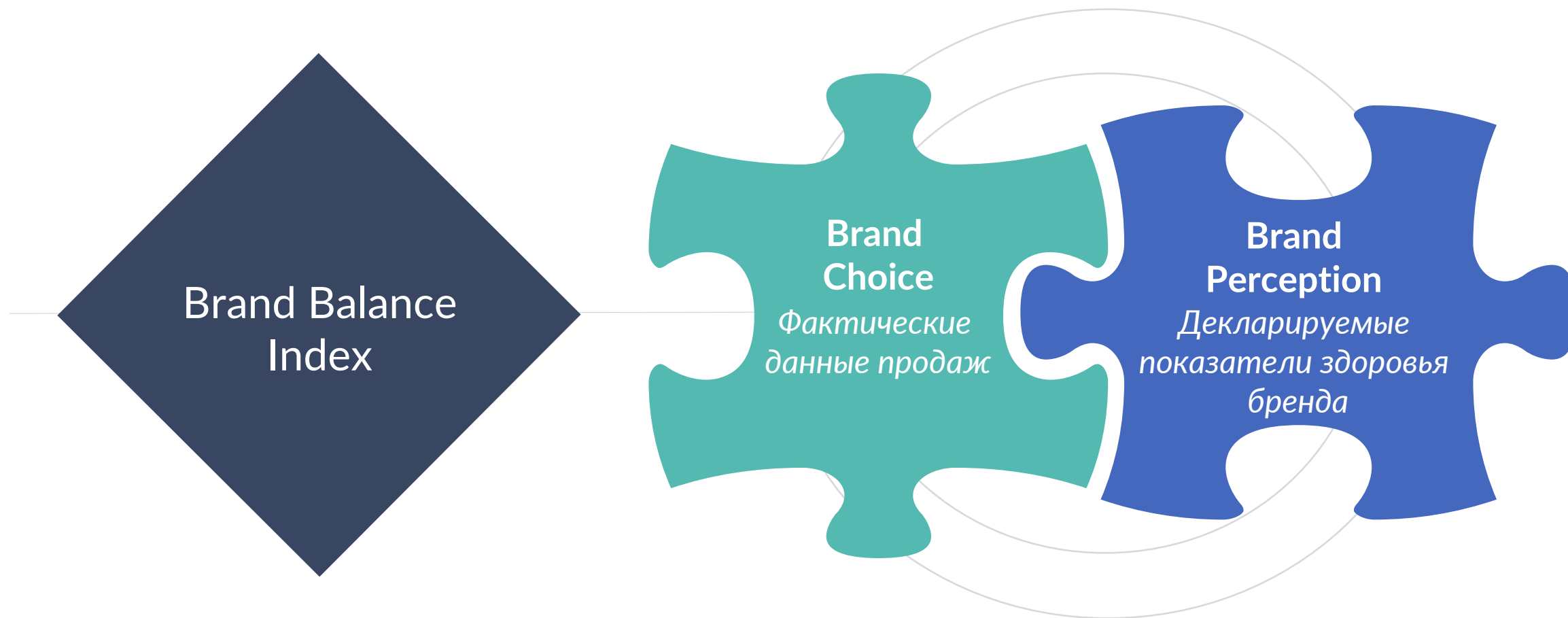
- дешевых масс-маркет брендов
- премиальных / нишевых брендов
- новых брендов
- брендов, теряющих свои позиции и уходящих с рынка



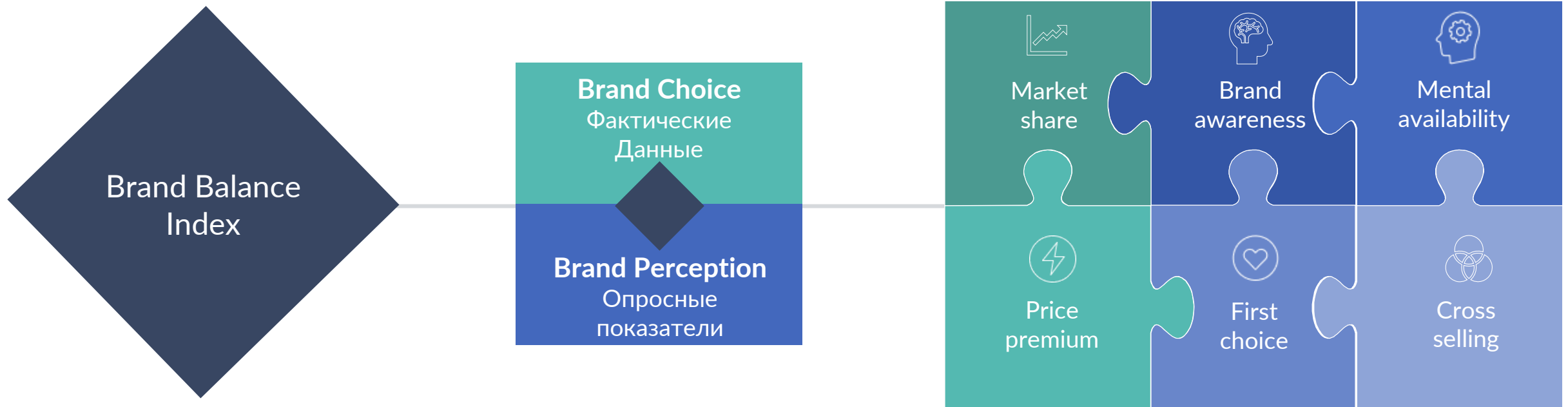


**Можно ли вывести  
единую метрику,  
которая бы  
учитывала все и по  
которой удобно было  
бы отслеживать  
меняющуюся  
ситуацию на рынке?**

ICMR Brand Balance консолидирует все составляющие – способность  
бренда продавать и его восприятие потребителями – в едином индексе –  
**Brand Balance Index**



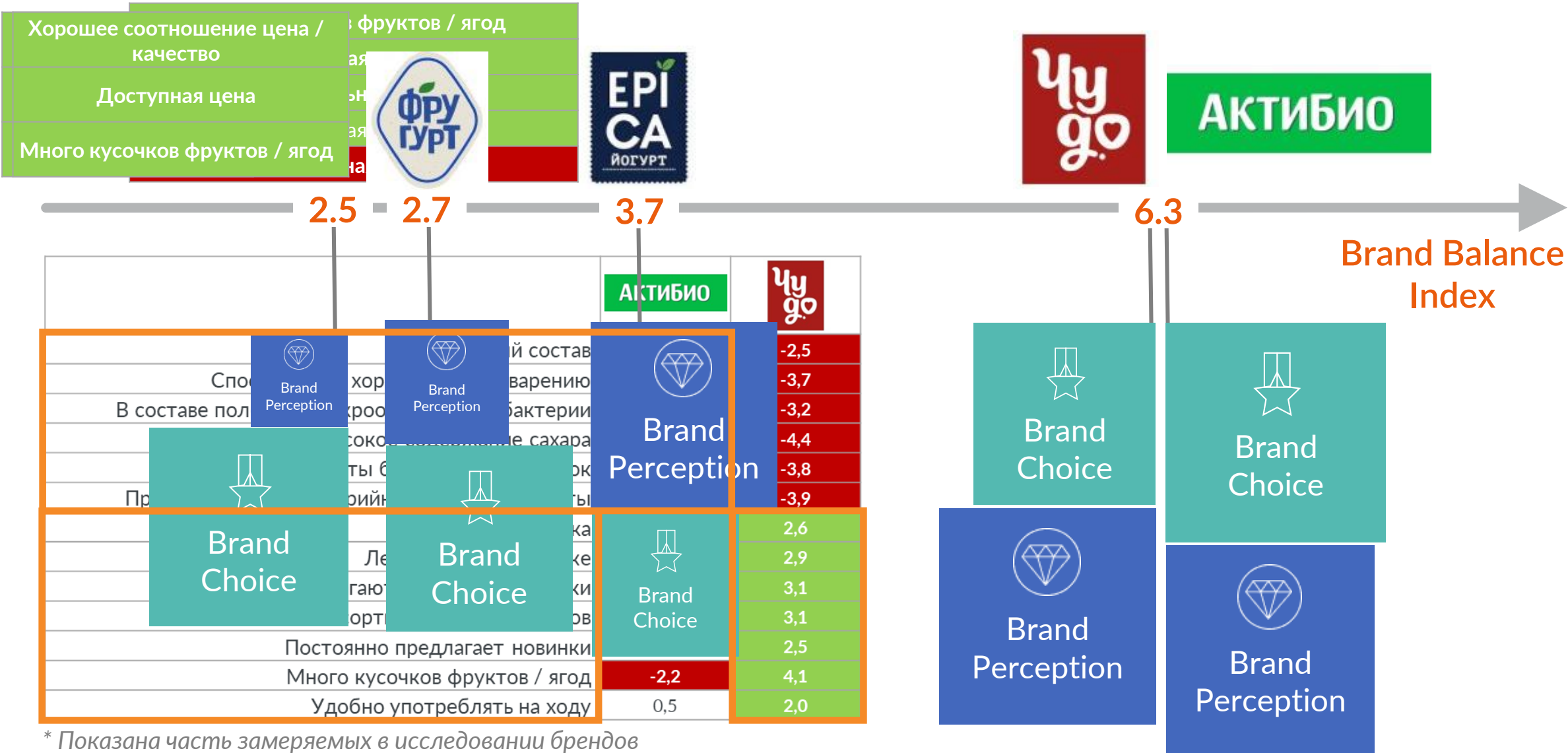
# Все 6 составляющих суммируются в единый показатель – Индекс Силы Бренда (Brand Balance Index)





# Сила бренда и оценка формирующих ее факторов

Категория питьевые йогурты\*



\* Показана часть замеряемых в исследовании брендов

# Преимущества Brand Balance Index



**Целостный, отличный от других подход, позволяющий:**



---

**1**

**оценить силу вашего бренда** и эффективность усилий по построению и поддержанию бренда с помощью одного показателя

---

**2**

**планировать дальнейшие шаги** с помощью более глубокого анализа и выявления направлений развития

---

**3**

**использовать единые метрики** для всех рынков товаров, а также выводить индекс для зонтичных брендов

Создавайте сильные  
бренды с  
**ICMR Brand Balance!**

