

Samsung поднялся на восьмую позицию в рейтинге самых дорогих мировых брендов

09.10.2013

Киев, Украина – октябрь 2013 года – Компания Samsung Electronics, мировой лидер в области мультимедийных технологий и цифровой конвергенции, согласно данным отчета Best Global Brands 2013 компании Interbrand, заняла 8-ю строчку в рейтинге самых дорогих мировых брендов. Создатели рейтинга отметили отличный менеджмент, глобальный рост стоимости бренда, благодаря маркетинговым инициативам, и продолжительное лидерство компании на рынке, которое связано с выпуском инновационных смартфонов и телевизоров.

В этом году эксперты оценили стоимость бренда Samsung в 39,6 млрд. долл. (примерно 42,6 трлн. корейских вон), что на 20,4 % больше, чем показатели прошлого года, которые составляли 32,9 млрд. долл. Это позволило Samsung подняться в рейтинге с 9-го места на 8-е. Согласно докладу, среди всех участников рейтинга ТОП-100 Samsung превысил средний показатель роста стоимости бренда на 8%, а также средний показатель технологичности бизнеса, который вырос на 15%.

Компания Samsung Electronics укрепила свои лидерские позиции в категории мобильных устройств, выпустив Galaxy S4 и Galaxy Note 3, а также создав новый сегмент носимых устройств (wearable devices), представив инновационный модный аксессуар Galaxy Gear.

Также, Samsung уже седьмой год подряд занимает первое место в категории телевизоров, представляя все больше новых ТВ-продуктов, включая первый в мире дугообразный телевизор Samsung Curved UHD TV. Также компания является лидером рынка бытовой техники, за счет постоянного обновления линейки техники для дома премиум-класса.

В то же время Samsung принимает активное участие в разносторонних маркетинговых активностях, основанных на новой стратегии Brand Ideal, которые призваны «обеспечивать каждому человеку возможность улучшить свою жизнь при помощи непрерывных инноваций и технологических открытий».

Примером одной из таких маркетинговых инициатив является кампания «Launching People», стартовавшая в этом году, с целью выявить потребительские инсайты и узнать истории из повседневной жизни пользователей о том, как они реализуют новые возможности при помощи продуктов Samsung. Кампания вызвала позитивный отклик во всем мире. Например, во Франции количество ее участников по примерным подсчетам достигло 60 миллионов человек за 5 недель, позволив собрать около двух тысяч уникальных историй.

Помимо этого, Samsung создал внутренний слоган для донесения основных идей «Brand Ideal» до сотрудников компании.

«Мы кардинально обновили видение Brand Ideal в прошлом году с целью сделать Samsung действительно самым любимым брендом для людей во всем мире, а не просто повысить уровень узнаваемости бренда или пользовательских предпочтений, – отметила Сью Шим (Sue Shim), вице-президент отдела глобального маркетинга компании Samsung Electronics. – Мы принимаем участие в тех активностях, которые максимально точно отражают это во всех точках соприкосновения с клиентами».

Впервые бренд Samsung вошел в двадцатку самых дорогих мировых брендов в 2009 году, а в ТОП-10 лучших – в прошлом году. Чтобы преодолеть расстояние в 11 ступенек (с 19 по 8 место), компании понадобилось всего три года.

Samsung также занял 2-ю строчку в рейтинге «Наиболее инновационных компаний 2013 года» (The Most Innovative Companies 2013), который ежегодно составляется глобальной стратегической консалтинговой фирмой Boston Consulting Group (BCG).

Изменение позиций и стоимости бренда Samsung в рейтинге The Best Global Brands

Год	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Позиция в рейтинге	25	21	20	20	21	21	19	19	17	9
Стоимость бренда (\$, 100 млн.)	108,5	125,5	149,5	161,6	168,5	176,8	175,2	194,9	234,3	328,9

Обновленное видение бренда

В рамках стратегии попасть в ТОП-5 лучших мировых брендов до 2020 года, компания Samsung Electronics обновила свое видение бренда, которое заключается в том чтобы «обеспечивать каждому человеку возможность улучшить свою жизнь при помощи непрерывных инноваций и технологических открытий».

Samsung принимает активное участие в разносторонних маркетинговых активностях, которые отражают новую стратегию Brand Ideal во всех точках соприкосновения с пользователями. Эти мероприятия основаны на философии компании, суть которой заключается в понимании того, что подлинно мировой бренд требует создания четкого видения развития бренда (brand vision), которое является актуальным в текущее время и соответствует запросам потребителей.

«Launching People» – потребительская кампания для реализации стратегии Brand Ideal

Компания Samsung Electronics разработала программу вовлечения потребителей «Launching People» для активного распространения новых идеалов бренда среди пользователей и продолжает внедрять ее по всему миру.

«Launching People» – это кампания, которая направлена на выявление, распространение и поддержку историй из повседневной жизни пользователей о том, как они реализовывают новые возможности, благодаря продуктам Samsung.

Samsung планировал эту кампанию, основываясь на уверенности в том, что с появлением каждого следующего продукта или технологии, потребители открывают для себя и реализовывают новые возможности.

Во Франции кампания набирает огромную популярность, сумев привлечь около 60 млн. участников всего за 5 недель и собрать около двух тысяч уникальных историй. Эта кампания оказала значительное влияние на бренд Samsung, подняв уровень принятия бренда, который описывался потребителями, как «дружественный», «подходящий для меня» и «непохожий на другие» еще до старта кампании, на 10%.

На основе значительного успеха кампании, Samsung планирует запустить программу «Launching People» еще в 10 странах к концу 2013 года, и в 25 странах к 2014 году.

Коммуникация с сотрудниками для продвижения стратегии Brand Ideal

Samsung Electronics активно проводит кампанию по построению полноценных внутренних коммуникаций. Samsung рассматривает своих сотрудников как важнейшую отправную точку для реализации стратегии Brand Ideal, так как жизнь каждого члена коллектива тесно связана с брендом. Специально для сотрудников был создан внутрикорпоративный слоган «Открытия начинаются здесь» («Discovery Starts Here»), который руководство компании представило в 2012 году в День основания Samsung Electronics (1 ноября).

Помимо этого, для работников офисов компании в 70 странах по всему миру в ноябре 2012 года было организовано специальное мероприятие с целью продвижения новой стратегии Brand Ideal. Также была разработана программа послов бренда для улучшения коммуникации между сотрудниками представительств компании в разных странах мира. В рамках программы было назначено более 120 послов бренда.

Наконец, для сотрудников будут проводиться более 200 раз в год онлайн и персональные тренинги для ознакомления с основными идеями Samsung Brand Ideal. Также в компании ведется постоянная деятельность, направленная на то, чтобы превратить бренд в образ жизни, например, создать такой дизайн офисных помещений, который бы отражал новые атрибуты бренда и его региональные особенности.