

Самсунг – самый быстрорастущий бренд мира

25.07.2003

Интербренд, ведущий консультант в сфере брендинга, опубликовал список 100 самых дорогих брендов мира. Второй год подряд Самсунг оценивается как «самый быстрорастущий» бренд мира. Всего за три года стоимость бренда Самсунг выросла больше, чем в два раза: с 5,2 млрд. долл. США в 2001 году до 10,8 млрд. долл. США в этом. В ежегодном исследовании 100 лучших брендов Самсунг поднялся с 42-го места в 2001 г. до 25-го в этом.

Самсунг достиг таких результатов благодаря целостному планированию глобальных маркетинговых коммуникаций, адаптации стратегий развития под особенности каждого из региональных рынков. Существенный рост компании частично обусловлен и глобальной рекламной кампанией, маркетинговыми инициативами, партнерством с Международным Олимпийским Комитетом.

«В 1996 году глава компании Кун-Хи Ли обозначил цель и акцентировал необходимость в создании бренда № 1», – говорит Тае Хо Ким, вице-президент отдела корпоративных коммуникаций Самсунг Групп. – «В соответствии с этим мы развернули глобальную программу по созданию международного топ-бренда Самсунг и приложили максимум усилий, чтобы все маркетинговые действия проходили в едином легкоузнаваемом корпоративном стиле».

«Постоянный рост стоимости бренда Самсунг объясняется направленностью компании на инвестиции в свой имидж. Улучшение имиджа компании – ключевая цель как для топ-менеджмента, так и для рядовых сотрудников», – замечает Ян Линдемманн, главный менеджер Интербренда. – «Секрет успеха Самсунг – в здоровых амбициях руководства компании и его решимости сделать Самсунг ведущим брендом в своей сфере; для этого осуществляются все необходимые инвестиции в имидж компании».

Принципы Самсунг отражены в «Новой философии менеджмента» как части глобальной качественной инициативы, представленной в 1993 году Главой компании Ли. Он тогда заявил, что бренд Самсунг должен стать синонимом продукции, персонала и организации мирового класса. С тех пор Самсунг занял ведущие позиции в мире. Так, компания занимает 1-ое место в доле мирового рынка по полупроводникам, плоским мониторам, цветным телевизорам; третье место по мобильным телефонам.

Самсунг сориентирован на повышение стоимости бренда при помощи инвестиций в маркетинговые коммуникации, персонал, новые разработки и в регионы, где действует компания. Ее целью является лидерство на глобальном рынке, по крайней мере, по 50 разным продуктам.