

## БРЕНД-МЕНЕДЖМЕНТ В МОДЕЛЬНОМ БИЗНЕСЕ

*Заборский С.И., Российский университет транспорта (МИИТ), г. Москва*

*e-mail: zaborskey@yandex.ru*

В статье показано, что брендинг призван дать компании индивидуальность за счет создания философии, целей, эмблем и даже фирменных цветов, что, несомненно, является одним из ключевых аспектов развития организации, повышения ее узнаваемости в рыночных условиях. Комплекс этих действий способен повышать конкурентоспособность на рынке товаров и услуг. В соответствии с целью исследования проанализировано понятие брендинга; проведено описание, проанализирован существующий бренд в модельном агентстве LookModelsRussia и предложены мероприятия по ребрендингу; описана финансовая сторона внедрения ребрендинга в компании. Анализ деятельности показал, что на данный момент компания занимает устойчивую позицию в модельном бизнесе. Чтобы улучшить свои позиции на рынке компании необходимо провести ребрендинг (комплекс маркетинговых мероприятий, включающий в себя действия, связанные с изменениями). Подобные мероприятия компании проводят, чтобы адаптировать ее к современному рынку или чтобы улучшить свою репутацию. Основной задачей ребрендинга является ориентация на современного покупателя: компания должна добиться простоты и доступности для клиентского восприятия. Отмечается также следующее: чтобы понять необходимость ребрендинга для компании, нужно разобраться - на каком этапе жизненного цикла сейчас она находится. В зависимости от этого применить частичный или полный ребрендинг. Компания LookModelsRussia нуждается в частичном ребрендинге, связанном с изменением логотипа и формированием дополнительных организационных процессов. В этом русле произведены расчеты для проведения ребрендинга в модельном агентстве.

Ключевые слова: брендинг, бренд-менеджмент, модельный бизнес.

## BRAND MANAGEMENT IN MODEL BUSINESS

*Zaborsky S.I., Russian university of transport (MIIT), Moscow*

*e-mail: zaborskey@yandex.ru*

The article shows that branding is intended to give the company individuality by creating a philosophy, goals, emblems and even brand colors, which is undoubtedly one of the key aspects of the organization's development, increasing its recognition in market conditions. The complex of these actions is able to increase competitiveness in the market of goods and services. In accordance with the purpose of the study, the concept of branding is analyzed; a description has been made, the existing brand in the modeling agency LookModelsRussia has been analyzed and rebranding measures have been proposed; describes the financial side of the introduction of rebranding in the company. The analysis of activities showed that at the moment the company has a stable position in the modeling business. To improve its position in the company's market, it is necessary to rebrand (a complex of marketing activities, including actions related to changes). Similar events are held by the company to adapt it to the modern market or to improve its reputation. The main goal of rebranding is to focus on a modern customer: the company must achieve simplicity and accessibility for the client's perception. It is also noted that in order to understand the need for rebranding for the company, it is necessary to understand - at what stage of the life cycle it is now. Depending on this, apply a partial or complete rebranding. The company LookModelsRussia needs a partial rebranding, associated with the change of the logo and the formation of additional organizational processes. In this vein, calculations have been made for the rebranding in the model agency.

Key words: branding, brand management, model business.

Национальный стратегический документ «Стратегия – 2030» определяет цели, направления, приоритеты развития государства, а также целевые показатели достижения этих целей [8]. В обозначенных на перспективу тенденциях социально-экономического развития страны уделяется пристальное внимание менеджменту в различных сферах деятельности человека [2, 6]. Выполнить намеченные индикаторы развития невозможно без грамотных менеджеров, профессионалов в данном вопросе, которые могут эффективно управлять организациями [3].

Развитие общества в социально-экономическом плане связано с активностью предпринимательской деятельности [5]. В сфере бизнеса сейчас большие перемены – происходит изменение главных для работы активов. Если раньше главными активами были ресурсы и материалы, то сейчас (в дополнении к ним) – это интеллектуальная собственность, брендинг, бренд-менеджмент. Обусловлено это высокой конкуренцией – люди не видят разницу между товарами и не придерживаются одной марки. Брендинг же призван дать компании индивидуальность за счет создания философии, целей, эмблем и даже фирменных цветов, что, несомненно, является одним из ключевых аспектов развития организации, повышения ее узнаваемости в рыночных условиях [4]. Комплекс этих действий способен повышать конкурентоспособность на рынке товаров. Отметим, что «бренд» встречается везде: в нефтеперерабатывающих компаниях и продуктах питания, одежде, спорте, модельном бизнесе.

Цель исследования - анализ бренд-менеджмента в модельном бизнесе (на примере компании LookModelsRussia). В соответствии с этой целью работы проанализировано понятие брендинга; проведено описание, проанализирован существующий бренд в LookModelsRussia и предложены мероприятия по ребрендингу; описана финансовая сторона внедрения ребрендинга в компании.

LookModelsRussia является престижным модельным агентством наряду с компаниями Next, Elite, Bravo, Cosmopolitan и др. Его филиалы располагаются в Германии, Австрии, Гонконге и даже во Вьетнаме. Российский филиал располагается в Москве. Целями компании является развитие модельного бизнеса в России, формирование положительного отношения общества к профессии модели, как это принято в мировых столицах моды. Задачами компании является постоянный поиск моделей не только на территории страны, но и в странах СНГ. Также к собственным задачам компания относит возможность продвижение моделей на мировую арену моды. Модели, с которыми LookModelsRussia заключает контракт, всегда продюсируют люди, которые работают в данной сфере не менее десяти лет и помогают добиваться карьерного роста им в данной сфере.

Модели данной компании преимущественно работают в области рекламы товаров и услуг (подробнее о клиентах агентства - в таблице 1).

Анализ деятельности показал, что на данный момент компания занимает устойчивую позицию в модельном бизнесе, но все равно не является лидером. Чтобы улучшить свои позиции на рынке компании необходимо провести ребрендинг. Ребрендинг – это комплекс маркетинговых мероприятий, включающий в себя действия, связанные с изменениями (от логотипов до миссии компании) [1]. Подобные мероприятия компании проводят, чтобы адаптировать ее к современному рынку или чтобы улучшить ее репутацию [7]. Основной задачей ребрендинга является ориентация на современного покупателя: компания должна добиться простоты и доступности для клиентского восприятия.

Таблица 1.

Бренд-клиенты компании LookModelsRussia (по данным интервьюирования управленческого состава организации)

Область рекламы	Бренд-клиенты
1. Журналы	Vogue, Vogue Beauty, Vogue Brides, Vogue Kids, GQ, Elle Russia, Marie Claire, Cosmo Shopping, Cosmopolitan, Top Beauty, Women's Health Shop & Go, Institute magazine и др.
2. Интернет-магазины	<a href="http://www.click-boutique.ru">http://www.click-boutique.ru</a> , <a href="http://www.butik.ru">http://www.butik.ru</a> , <a href="http://shop.fott.ru">http://shop.fott.ru</a> , <a href="http://www.wildberries.ru">http://www.wildberries.ru</a> , <a href="http://www.lamoda.ru">http://www.lamoda.ru</a> , <a href="http://aizel.ru">http://aizel.ru</a> , <a href="http://podium-market.com">http://podium-market.com</a> , <a href="http://www.lacoste-shop.ru">www.lacoste-shop.ru</a>
3. Бренды	TBOE, OSTIN, MANGO, Chantal Thomass, INCITY, MODIS, Fashion Galaxy, Costume Code, Laroom, Personage, LO, Keddo, Savage, People, Lawine, Concept Club, Mercury, ПанЧемодан, Sokolov, Sagitta, Снежная Королева, Инканто, Бюстье, Дефиле, Дикая Орхидея, Charuel, Zolla и др.
4. Косметика	Alexandr de Paris, Tony & Guy, Wella Professionals, студия Дмитрия Винокурова, Летуаль.
5. Универмаги	Мега, Афимолл Сити, Метрополис, ТЦ Карусель, ladies & gentlemen, Мега (журнал Mega style), ЦУМ, Podium Market.
6. Дизайнеры	Ульяна Сергеевко, Алена Ахмадуллина, Виктория Андреевна, A llaRusse, SultannaFrantsuzova, Viva Vox, Ester Abner, Bella Potemkina, Валентин Юдашкин, Ria Keburia, Александр Арутюнов, Viva Vox, Tony Ward, Александр Хрисанфов и др.
7. Салоны красоты	Le Color, Mans way
8. Телеканал	World fashion channel
9. Недвижимость	строительная компания – Строительные решения, Villagioestate, CP Capital и др.

Прежде чем говорить о ребрендинге для компании LookModelsRussia нужно понять, насколько он необходим ей. Это зависит от того, на какой стадии жизненного цикла находится организация. Все организации имеют жизненный цикл. Воспользуемся в исследовании классификацией Адизеса И.К. Проанализировав имеющуюся информацию об агентстве LookModelsRussia, можно сказать, что организация находится на этапе стабильности и нуждается в частичном ребрендинге. Для этого необходимо изменить логотип и изменить некоторые организационные процессы.

Сейчас логотип стандартизирован для всей сети агентств. Это серые буквы на белом фоне (рисунок 1). Чтобы логотип выделялся из общей массы, естественно он должен быть ярким. Просто быть ярким – банально. Логотип должен символизировать национальную принадлежность, но оставаться узнаваемым для старых клиентов. Наилучшим решением будет оставить шрифт и расположение слов, но изменить внутренний фон каждого слова (рисунок 2).

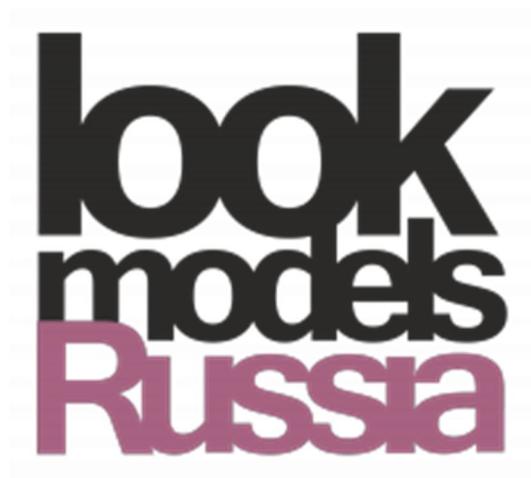


Рисунок 1. Логотип Look Models Russia в настоящее время

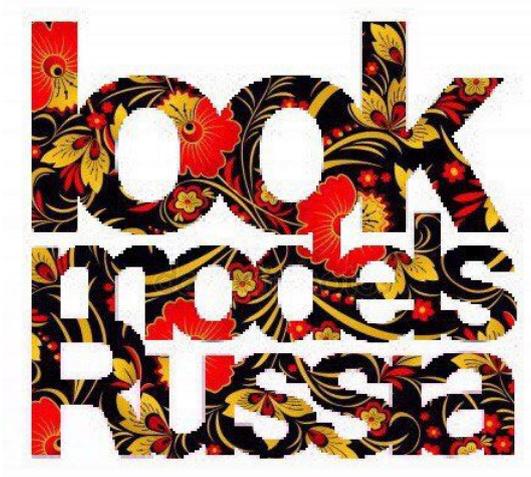


Рисунок 2. Ребрендинг логотипа LookModelsRussia

Что касается организационных процессов, то в ходе интервьюирования управленческого состава компании выявлена необходимость в создании еще как минимум двух представительств Московского агентства. Это позволит привлекать больше лиц для работы, так как иногда будущие модели не имеют финансовой возможности посетить столицу ради кастинга.

Ребрендинг стоит провести и среди тех моделей, которые задействованы в специфическом бизнес-сегменте (например, в рекламе спортивных товаров и услуг). В индустрии моды сложились свои определённые стандарты красоты: девушки должны быть не ниже 175 сантиметров, объем бедер не более 86 сантиметров и вес до 50 килограмм. Что касается мужчин, то их рост не должен превышать 188 сантиметров, размер одежды – 46-48. Подиумные модели отличаются идеальной осанкой и походкой, а также своей худощавостью. Но в данный момент по всему миру процветает культ здорового образа жизни. Это и посещение спортивного зала с тренировками, рассчитанными не только на снижение веса, а еще и на увеличение мышечной массы (что увеличивает зрительно человека в объёмах), и здоровое, правильное питание. Если агентство будет привлекать в качестве моделей молодых юношей и девушек, имеющих хорошую физическую форму (с точки зрения физического развития), то оно повысит приток клиентов в лице спортивных брендов. Если агентство получит сотрудничество со спортивными фирмами, то тогда оно сможет выступать посредником для отбора и участия в рекламных акциях профессиональных спортсменов, которые пока еще не очень знамениты, но имеют высокий потенциал и подходят под необходимые критерии.

Таким образом, чтобы понять необходимость ребрендинга для компании, нужно разобраться - на каком этапе жизненного цикла сейчас она находится. В зависимости от этого применить частичный или полный ребрендинг. Компания LookModelsRussia нуждается в частичном ребрендинге, связанным с изменением логотипа и формированием дополнительных организационных процессов. В этом русле произведены расчеты для проведения ребрендинга в агентстве LookModelsRussia (таблица 2).

Таблица 2.

#### Финансовая сторона ребрендинга в агентстве LookModelsRussia

Ребрендинг	Расчет стоимости
Изменение логотипа	<p>Стоимость создания нового логотипа и его активная реклама в первый месяц будет равна 111 600 рублей. В нее входит:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• разработка логотипа с учетом пожелания клиента = 25 000 рублей;</li> <li>• создание объемного логотипа = 36 600 рублей (1 м<sup>2</sup> = 6 100 рублей);</li> <li>• установка и подключение логотипа = 10 000 рублей;</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• изменение логотипа на сайте агентства = 5000 рублей;</li> <li>• размещение/рассылка рекламы в интернете = 35 000 за 100 000 показов.</li> </ul>
Открытие представительств в России	2	<p>Представительство в городе Новосибирске:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• аренда офиса 105 м<sup>2</sup> = 47 250 рублей;</li> <li>• набор для фотографа (зонты, фон, освещение) = 30 700 рублей (можно найти фотографа со своим оборудованием);</li> <li>• заработная плата фотографа = 20 000 рублей;</li> <li>• заработная плата агента по подбору моделей = 40 000 рублей.</li> </ul> <p>Представительство в Новосибирске будет иметь ежемесячные затраты, равные 107 250 рублям.</p> <p>Представительство в городе Екатеринбурге:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• аренда офиса 115,5 м<sup>2</sup> = 51 930 рублей;</li> <li>• набор для фотографа (зонты, фон, освещение) = 30 700 рублей (можно найти фотографа со своим оборудованием);</li> <li>• заработная плата фотографа = 30 000 рублей;</li> <li>• заработная плата агента по подбору моделей = 50 000 рублей.</li> </ul> <p>Представительство в Екатеринбурге будет иметь ежемесячные затраты, равные 131 930 рублей.</p> <p>Эти два города входят в пятерку самых больших городов России, рядом с ними есть еще крупные города, откуда могут съезжаться новые лица на кастинги. Также рядом находятся страны СНГ, Китай, Иран, Ирак и другие близлежащие страны, из которых могут приезжать будущие модели.</p>
Привлечение спортивных моделей/профессиональных спортсменов		<p>Для привлечения спортивных моделей нужно 85 000 рублей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• агент, занимающийся поиском подходящих лиц на просторах интернета = 50 000 рублей</li> <li>• размещение рекламы в интернете = 35 000 за 100 000 показов.</li> </ul>

Таким образом, проанализировав финансовую сторону ребрендинга, можно сказать, что привлечение спортивных моделей, изменение логотипа и размещение двух представительств за пределами центрального федерального округа способствует привлечению не только новых работников (моделей), но и заказчиков, так как фирма станет более заметной при рекламе, будет ориентирована не только на fashion-индустрию, но и на спортивные бренды.

Список литературы:

1. Аакер Д. Аакер о брендинге. 20 принципов достижения успеха. – М.: Изд-во Эксмо, 2016. – С. 51.
2. Изаак С.И. Реализация Указа Президента Российской Федерации «О Всероссийском физкультурно-спортивном комплексе «Готов к труду и обороне» (ГТО) // Спорт: экономика, право, управление. – 2015. – № 2. – С. 12-14.
3. Изаак С.И. Тенденции развития спортивного управленческого образования в Российской Федерации // Спорт: экономика, право, управление. – 2017. – № 3. – С. 27-30.
4. Изаак С.И., Рыжиков П.И. Хрестоматия по теории управления. - М.: Алвиан, 2012.– 92 с.
5. Ищенко М.М., Изаак С.И. Инновации. Предпринимательство. Спорт. // Экономические системы. – 2017. – Т.10. – № 3 (38). – С. 59-63.
6. Паршикова Н.В., Изаак С.И., Малиц В.Н. Развитие физической культуры и спорта: стратегия будущего // Теория и практика физической культуры. – 2017. – № 12. – С. 3-5.
7. Репьев А.П. Мудрый рекламодатель. – М.: Изд-во Эксмо. – 2005. – С. 260.
8. Стратегия-2030: определение целей и приоритетов» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://open.gov.ru/events/5514805/>(дата обращения: 9.05.2018).