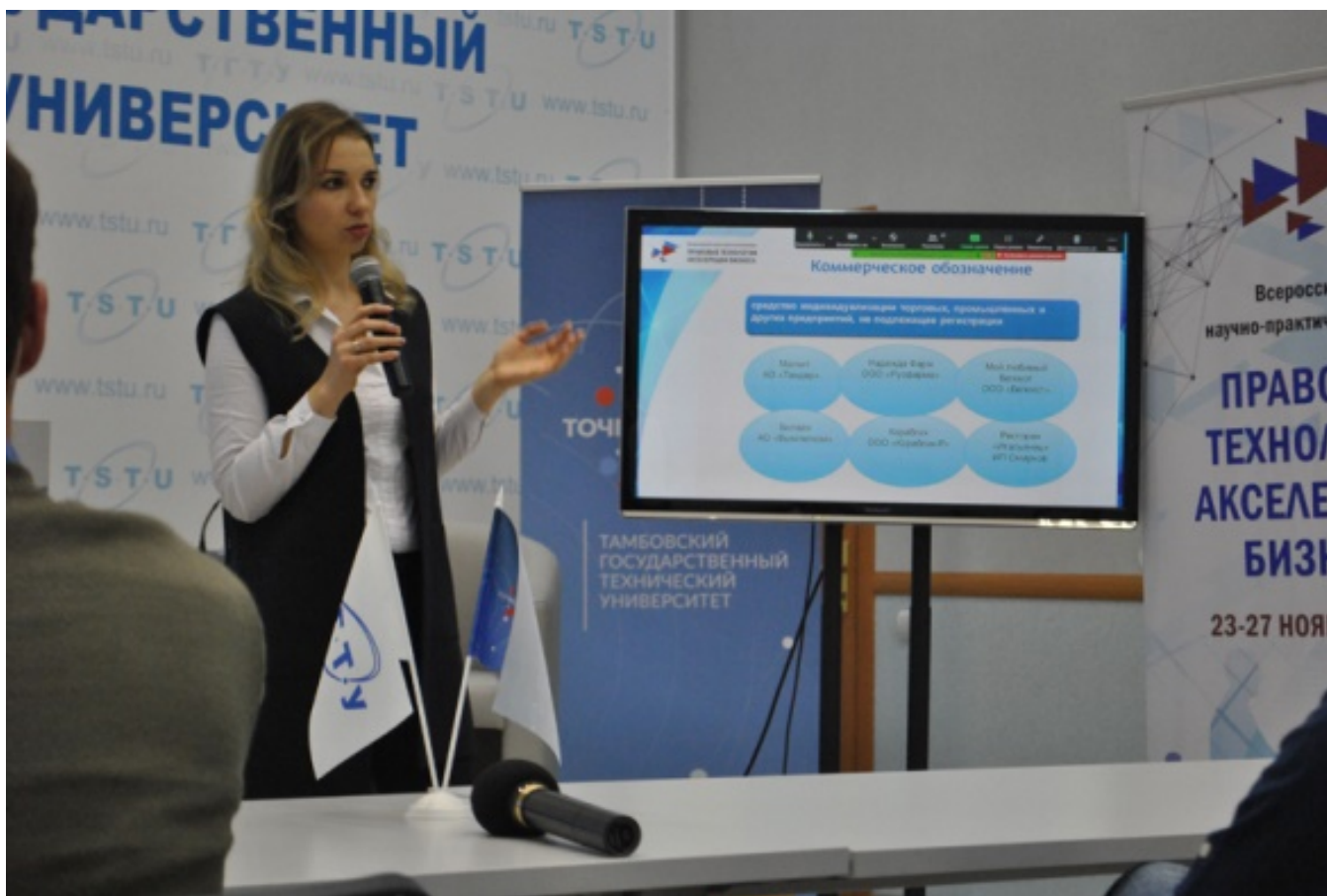


Как корабль назовешь, так он и поплывет!

Успех бизнеса начинается с его названия.

С 23 по 27 ноября на базе Юридического института ТГТУ прошёл Всероссийский научно-практический форум «Правовые технологии акселерации бизнеса». Среди участников не только предприниматели, но и те, кто только начинает свой путь в бизнесе — студенты. Информационное сопровождение форума осуществляли волонтёры PR-агентства юридического института ТГТУ.



В рамках форума состоялось конференция, посвящённая актуальной теме — «Правовые аспекты брендинга бизнеса». На конференции гости узнали о том, как важно в современном мире грамотно формировать и поддерживать бренд.

«Современная тенденция брендинга бизнеса такова, что если у предпринимателей отсутствует заранее продуманная траектория движения, то скорее всего этот бизнес не будет иметь глобального развития. У тех, у кого есть амбиции, и те, кто хотят выходить на российские и общемировые рынки всё планируют и рассчитывают с точки старта. Важно думать об этом максимально грамотно и чётко с момента зарождения бизнеса. Как правило те, кто уделил этому особое внимание — достигают больших высот.» — отмечает заведующий кафедрой «Гражданское право и процесс» ТГТУ Татьяна Михайловна Лаврик.

На этапе зарождения новой компании важно задать себе вопросы: Интересен ли лично вам этот бизнес? Какой товар или услугу вы собираетесь предложить? Кто является целевой аудиторией? Что отличает вашу бизнес-идею от конкурентов? Как собираетесь финансировать свой бизнес?

Любая компания начинается с формирования бренда и брендинга. Бренд – это представления, ассоциации, эмоции о продукте в сознании потребителя. Брендинг – это процесс формирования имиджа бренда. Бренд – это составляющее брендинга, один из его элементов.

Именно брендинг создает благоприятную репутацию и общественное мнение у покупателей о конкретной компании. Он включает в себя процесс формирования имиджа и даёт возможность увеличить стоимость и ценность организации у потребителя.

В праве вместо термина «бренд» и «брендинг» часто используется слова: «фирменное наименование», «коммерческое обозначение», «товарный знак», «наименование места происхождения товара».

Фирменное наименование означает уникальное обозначение товара и представляет собой название организации под которым она зарегистрирована. Требования к фирменному наименованию: название должно быть корректным и на русском языке, оно не может оскорблять и вводить в заблуждение, нельзя использовать одно и то же фирменное наименование для одной сферы деятельности.

Товарный знак представляет собой обозначение, которое служит для индивидуализации товаров. То есть товарный знак помогает различать товары и услуги разных производителей. Чтобы защитить свой товарный знак от незаконного использования, нужно оформить свидетельство в Роспатенте (зарегистрировать товарный знак). Важно при чтении названия организации — понимать, чем занимается компания. Самыми распространенными товарными знаками являются словесные, мы их обычно называем логотипами.

Часто организация может возродиться с помощью ребрендинга. В большинстве случаев ребрендинг необходим, когда компании хочется идти в ногу со временем. Также ребрендинг требуется тогда, когда у фирмы малая узнаваемость бренда среди целевой аудитории или нужно изменить ассортимент товаров, улучшить репутацию. Иногда достаточно просто сменить обложку или логотип, и компания заживет новой жизнью!

Не торопитесь с открытием нового бизнеса. Каждый день появляются новые возможности.

Главный ресурс для предпринимателя — время.



