

**УПРАВЛІННЯ БРЕНДОМ ТОВ «НОВА ПОШТА»
В СУЧАСНИХ РЕАЛІЯХ**

Гунченко А.О., Клепікова С.В.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Бренд – це основна цінність компанії, бо він являє собою сукупність назви, логотипу, продуктів або послуг, її маркетинг та інше, що створює ідентичність у сприйнятті та підвищує конкурентоспроможність. Він створює додатковий потік прибутку для підприємства завдяки ціновій політиці, та збільшенню кількості повторних покупок. Тому варто приділити увагу управлінню брендом «Нова Пошта» щоб утримати її імідж у сучасному світі високої конкуренції.

Актуальність полягає в тому, що стратегічне управління брендом необхідне при стрімкому впровадженні технологій, інновацій та глобалізації в усі можливі процеси компанії. У зв'язку з цим дослідження, що присвячені управлінню брендом компанії «Нова Пошта», мають значення як для академічної спільноти, так і для практиків бренд-менеджменту. Якраз дослідження різних авторів дозволили виявити ключові аспекти управління брендом «Нова Пошта», такі як стратегічне партнерство, інноваційна діяльність та соціальні медіа [1].

Активне розширення діяльності на національному і міжнародному рівні, та обслуговування бізнес-клієнтів, приватних осіб та співпрацює з інтернет-сервісами, потребує певної спрямованості в управлінні брендом. Основними інструментами для просування бренду є CRO, контекстна та банерна реклама, SEO та соціальні мережі які забезпечать стабільний розвиток у майбутньому [2].

Література:

1. Григорчук Т. В. Брендинг: навч. посіб. [для дистанц. навч.]. Київ : КНУКіМ, 2019. 163 с.
2. Артеменко Л.П. Конкурентоспроможність підприємства та фактори її підвищення / Л.П. Артеменко. Київ, 2018. 53 с.