

Літвінчук І. С.

Національний університет «Одеська юридична академія»

РОЛЬ СУВЕНІРНОЇ ПРОДУКЦІЇ У ПОБУДОВІ ІДЕНТИЧНОСТІ БРЕНДУ ТА ВЗАЄМОДІЇ З КЛІЄНТАМИ

Сьогодні, у світі насиченої реклами та конкуренції, побудова ідентичності бренду та ефективна взаємодія з клієнтами стали справжнім мистецтвом. Кожен успішний бренд прагне створити особливу атмосферу навколо себе, залучаючи та задовольняючи свою аудиторію. Один із ключових інструментів для досягнення цієї мети – це сувенірна продукція.

Сувеніри, це не просто предмети або вироби з логотипом бренду. Вони втілюють в собі спогади, почуття та цінності, які споживачі пов'язують із певним брендом. Вони несуть у собі історію, відчуття належності та ідентичність. Сувенірна продукція може стати мостом, що об'єднує бренд і його клієнтів, створюючи незабутні споживчі враження та підсилюючи лояльність.

Сувенірна продукція є не лише пам'яттю про бренд, але і потужний інструмент для побудови ідентичності та взаємодії з клієнтами. Ця тема досліджує важливість сувенірів у маркетингу та рекламі, аналізує їх вплив на споживачів та виявляє стратегії використання сувенірної продукції в побудові сильних брендів.

Об'єктом дослідження є сама сувенірна продукція. Тобто, дослідження спрямоване на вивчення ролі та впливу сувенірів, які пов'язані з конкретним брендом, на створення ідентичності цього бренду та взаємодію з клієнтами. Об'єктом є сувенірні вироби, предмети та продукція, які споживачі асоціюють із певною компанією або брендом і які використовуються в маркетингових компаніях для досягнення конкретних цілей.

Під час дослідження використовувався метод літературного аналізу для огляду публікацій, досліджень та наукових джерел, що стосуються ролі сувенірної продукції у маркетингу та рекламі. Цей підхід допомагає розробити теоретичну основу статті та розуміння ключових концепцій.

Стаття використовує теоретичний аналіз для розв'язання конкретних проблем та визначення ключових теоретичних підходів до ролі сувенірів у рекламі.

У цьому дослідженні ми розглянемо, як сувенірна продукція впливає на ідентичність бренду та як вона може бути використана для підтримки взаємодії з клієнтами.

Роль сувенірної продукції в побудові ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами є важливим питанням у сучасному бізнесі, і це дослідження допоможе нам краще зрозуміти її важливість та потенціал.

Також використання сувенірної продукції сприяє емоційному зв'язку між брендом та клієнтом. Сувеніри створюють позитивні асоціації та сприяють виникненню лояльності споживачів. Успішні бренди та компанії використовують сувенірну продукцію для підтримки та розвитку відносин з клієнтами. Вони створюють унікальні сувеніри, які надають додатковий стимул для спілкування з брендом.

Стаття виявляє, що сувенірна продукція відіграє важливу роль у побудові ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами, і надає практичні приклади та інсайти щодо її використання в сучасному маркетингу та рекламі.

Ключові слова: сувенір, бренд, реклама, популяризація бренду, маркетинг та реклама.

Постановка проблеми. У світі сучасного бізнесу де конкуренція надзвичайно висока, побудова та збереження ідентичності бренду стають фундаментальним завданням для підприємств. Ідентичність бренду визначає його унікальність, цінність та сприйняття споживачами. Одним із інноваційних методів досягнення цієї мети стає використання сувенірної продукції як інстру-

менту для побудови ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами.

Обрана тема є надзвичайно актуальною в сучасних умовах бізнесу та маркетингу. В умовах зростаючої конкуренції та швидкого розвитку інтернет торгівлі, побудова стійкого ідентичного образу бренду стає завданням першочергового значення. Взаємодія з клієнтами та підтримання їх

лояльності стає надзвичайно важливою для успіху будь-якої компанії.

Сувенірна продукція, що нерідко має символічний характер та асоціюється з конкретним брендом або місцем, може стати потужним інструментом у цьому процесі. Вона допомагає не лише створити позитивне враження про бренд, але й зберегти це враження в пам'яті споживачів. Сувенірна продукція може підтримувати емоційний зв'язок між брендом і клієнтами, надавати їм почуття приналежності та лояльності.

Актуальність цієї теми зростає з року в рік, оскільки компанії шукають нові способи виокремлення та залучення клієнтів, а також підтримки їхньої лояльності в умовах постійних змін споживчого середовища. Дослідження ролі сувенірної продукції в побудові ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами допоможе компаніям розробляти більш ефективні стратегії маркетингу та підвищити свою конкурентоспроможність на ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз поведінки споживача та впливу сувенірної реклами на цю поведінку є складним і цікавим аспектом різних досліджень. Такі автори, як Котлер Ф., Ламбена Ж., Девіс С, Брусенко О.А., Зозульов О.В., Голубкова Є.П., Писаренко Н.Л., Прокопенко О.В., Гаврилюк А.М., Пахолюк О.В., Медвідь Л.І., Кобелев В.М., розглядають різні аспекти споживацької поведінки і впливу реклами на неї.

Аналіз цих досліджень допомагає краще зрозуміти, як різні фактори впливають на споживачів і як сувенірна реклама може використовувати ці фактори для привертання уваги та стимулювання покупок. Особливо психологічні аспекти впливу на споживачів грають важливу роль у розробці та створенні сувенірної реклами, що робить їх значущими об'єктами досліджень у галузі маркетингу та реклами.

Мета дослідження полягає в розкритті важливості та ролі сувенірної продукції у формуванні образу бренду та підтримці позитивної взаємодії з клієнтами.

Визначення важливості сувенірної продукції для побудови ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами; дослідження впливу сувенірної продукції на сприйняття та лояльність споживачів до бренду; аналіз того, як сувенірна продукція сприяє створенню емоційного зв'язку між брендом і клієнтами; вивчення сучасних тенденцій та стратегій використання сувенірної продукції в маркетингових кампаніях; формулювання рекомендацій для компаній щодо оптимального використання

сувенірної продукції для підтримки ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами; розробка додаткових рекомендацій та подальших напрямків дослідження в цій галузі.

Ці науково-дослідницькі завдання спрямовані на ретельне вивчення та розуміння ролі сувенірної продукції в побудові ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні реклама є необхідною для будь-якої компанії, яка прагне займати лідируюче положення в своїй сфері. Створення впізнаваного бренду є ключовим завданням для будь-якої компанії, і логотип грає важливу роль у цьому процесі. Він не лише підсилює позитивний імідж підприємства, але й відображає стабільність та успіх компанії. Рекламно-сувенірна продукція є важливою частиною стратегії побудови бренду. Вона допомагає розповсюджувати логотип та назву компанії серед споживачів, робить бренд більш доступним та впізнаваним. Сувеніри, де використовується логотип компанії, можуть бути розданими на різних заходах, подаровані клієнтам або партнерам, і вони служать як реклама, так і нагадування про існування бренду. Таким чином, рекламно-сувенірна продукція є потужним інструментом у побудові ідентичності бренду та підсиленні його присутності на ринку [2].

Сувенірна продукція відіграє важливу роль у побудові ідентичності бренду. Ідентичність бренду – це той образ, який споживач асоціює з конкретною компанією або товаром. Сувеніри, на яких розміщено логотипи чи фірмову символіку, стають не просто пам'ятками або подарунками, а інструментами для підсилення цієї ідентичності.

Ось кілька ключових аспектів, які стосуються ролі сувенірної продукції у побудові ідентичності бренду:

Сувеніри, на яких зображено логотипи та фірмовий стиль компанії, допомагають створити впізнаваний і обране серед споживачів. Коли споживачі регулярно бачать цю символіку, вони легше розпізнають та асоціюють її з брендом.

Сувеніри допомагають зберегти бренд у пам'яті споживачів. Якщо людина оточена різними сувенірами з логотипом бренду, вона нагадує собі про цей бренд, навіть коли не взаємодіє безпосередньо з продуктом чи послугою.

Сувеніри можуть викликати позитивні емоції та асоціації у споживачів. Це створює позитивне ставлення до бренду та може сприяти розвитку довгострокових стосунків.

Сувеніри часто використовуються на маркетингових акціях, виставках та промо подіях. Вони привертають увагу і стають інструментом просування бренду.

Унікальні сувеніри можуть підкреслити особливість бренду та надати йому характер. Вони можуть висвітлити історію бренду або його цінності.

Сувеніри можуть стати частиною споживачього досвіду. Наприклад, ресторани, які пропонують сувеніри зі своєю символікою, додають елемент ексклюзивності та неповторності до обслуговування [3].

У цілому, сувенірна продукція допомагає побудувати ідентичність бренду, підвищити пізнаваність та створити позитивні емоційні зв'язки зі споживачами. Вона є важливою складовою успішної стратегії маркетингу та взаємодії з клієнтами. Завдяки сувенірній продукції бренд може виражати свою унікальність, розповідати історію та створювати особливий споживачький досвід.

Також важливо враховувати, що сучасні споживачі стають все більш вимогливими і обізнаними. Вони шукають не лише якісні товари і послуги, але і позитивні враження та емоції. Сувенірна продукція може стати інструментом для створення цих позитивних емоцій та надання бренду особистості.

Отже, роль сувенірної продукції в побудові ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами важлива та невід'ємна. Вона сприяє збільшенню пізнаваності, створенню позитивних асоціацій та споживачього досвіду, що відіграють ключову роль у сучасному маркетинговому середовищі.

Сувенірна продукція відіграє важливу роль у взаємодії бренду з клієнтами. Вона є не лише засобом пам'яті, але й інструментом комунікації та взаємодії з аудиторією.

Ось деякі ключові аспекти ролі сувенірної продукції у взаємодії з клієнтами:

Сувенірна продукція може бути розглянута як нагорода або подарунок для клієнтів, що робить їх більш лояльними до бренду. Коли клієнт отримує якісний та привабливий сувенір, він може стати більш схильним повертатися до компанії для подальших покупок.

Сувенірна продукція часто містить логотипи, гасла або інші елементи бренду. Це створює можливість для бренду спілкуватися з клієнтами через цей продукт. Якщо клієнт використовує сувенір, то він стикається з брендом щодня.

Коли клієнти використовують або показують сувеніри, вони можуть розповідати про бренд

своїм друзям і знайомим. Це допомагає поширити інформації про компанію серед нових клієнтів.

Сувеніри можуть надавати позитивний досвід клієнтам. Якщо сувенір якісний і корисний, це створює позитивні емоції, пов'язані з брендом.

Сувенірна продукція може бути способом збереження пам'яті про певну подію або місце. Клієнти можуть асоціювати сувенір з певним моментом у своєму житті або подорожжю, що робить його цінним [3].

Усі ці аспекти роблять сувенірну продукцію важливим інструментом в маркетинговому арсеналі брендів для побудови і підтримки взаємодії з клієнтами.

Сувенірна продукція відіграє важливу роль у створенні емоційного зв'язку між брендом і клієнтами. Сувеніри зазвичай призводять до позитивних емоцій. Коли клієнт отримує якісний та привабливий сувенір від бренду, це приносить радість та задоволення. Ці емоції асоціюються з брендом, що робить його більш привабливим для клієнтів.

Сувеніри надають клієнтам можливість зберегти пам'ять про позитивний досвід, пов'язаний з брендом. Це може бути подорож, захоплююча подія або будь-яка інша ситуація, де клієнт має можливість взяти участь. Сувенір слугує як символ цього досвіду, і кожного разу, коли клієнт бачить чи використовує його, він нагадує про позитивні враження та емоції.

Сувенірна продукція допомагає клієнтам відчувати себе частиною спільноти бренду. Коли вони отримують сувенір, вони часто стають «посвяченими» і відчують більший зв'язок з брендом. Це робить їх більш відданими клієнтами.

Сувенірна продукція може стати об'єктом обговорення та взаємодії з брендом. Коли клієнти діляться своїми емоціями чи фотографіями сувенірів у соціальних мережах або обговорюють їх з друзями, це сприяє зміцненню зв'язку з брендом.

Сувеніри зазвичай зберігаються клієнтами протягом тривалого часу. Це створює можливість для бренду залишатися в пам'яті клієнтів довше, ніж реклама або інші засоби комунікації.

У підсумку, сувенірна продукція допомагає створити позитивні емоції, зміцнити емоційний зв'язок та взаємодію між брендом і клієнтами. Вона сприяє побудові ідентичності бренду, яка базується на позитивних враженнях та емоціях, що виникають під час взаємодії з брендом. Сувеніри допомагають бренду залишатися в пам'яті клієнтів, а також сприяють їхньому бажанню обговорювати та поділитися досвідом з іншими.

Все це робить сувенірну продукцію важливим інструментом взаємодії бренду зі своїми клієнтами і сприяє побудові міцних та довгострокових відносин.

Отже, сувенірна продукція має суттєвий вплив на формування емоційного зв'язку між брендом і клієнтами, робить бренд більш впізнаваним та цінним у очах споживачів і сприяє зміцненню їхнього відданого ставлення до компанії.

Сучасні тенденції та стратегії використання сувенірної продукції в маркетингових кампаніях є важливим аспектом у розвитку брендів та взаємодії з клієнтами. Сувенірна продукція стала необхідною складовою рекламної стратегії, оскільки вона допомагає залучити та утримувати клієнтів, підвищити впізнаваність бренду і створити позитивне сприйняття компанії.

Розглянемо деякі з актуальних тенденцій і стратегій використання сувенірної продукції в маркетингових кампаніях:

Персоналізація сувенірів. Сучасні клієнти більше цінують індивідуальний підхід. Тому багато компаній виробляють персоналізовані сувеніри, які включають ім'я або інші особисті дані клієнта. Це робить сувеніри більш цінними і запам'ятовуваними.

Співпраця з інфлюенсерами. Бренди все частіше співпрацюють з популярними інфлюенсерами для просування своєї сувенірної продукції. Інфлюенсери можуть привернути увагу своїх прихильників до бренду та його сувенірів.

Соціальна відповідальність. Багато брендів використовують сувенірну продукцію, щоб підтримати соціальні або екологічні ініціативи. Це викликає позитивні емоції серед клієнтів і створює сприятливий імідж бренду.

Використання інтерактивних технологій. Розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR) дозволяють створювати інтерактивні сувеніри, які залучають клієнтів у захоплюючі віртуальні світи.

Посилення впливу на емоції. Сувеніри, які викликають позитивні емоції, можуть бути дуже ефективними. Вони надихають клієнтів і залишають їм приємні спогади [3].

Дослідження сучасних тенденцій і стратегій використання сувенірної продукції в маркетингових кампаніях допомагає брендам залишатися актуальними і конкурентоздатними в сучасному ринковому середовищі. Сувенірна продукція вже не обмежується лише магнітами на холодильник чи пляшками під вино. Вона стає частиною креативних маркетингових стратегій, спрямованих на

підвищення усвідомленості бренду та розвиток довгострокових відносин із клієнтами.

Сучасні стратегії використання сувенірної продукції в маркетингу розробляються з урахуванням психології споживача, його потреб та очікувань. Вони створюють нові можливості для залучення уваги клієнтів та створення позитивного іміджу бренду.

Отже, аналіз сучасних тенденцій та стратегій використання сувенірної продукції в маркетингових кампаніях допомагає брендам підтримувати відносини зі своїми клієнтами, підвищувати лояльність та впізнаваність, а також досягати успіху в конкурентному середовищі.

У результатах дослідження можна знайти цінні відомості та рекомендації для брендів, які прагнуть покращити використання сувенірної продукції в своїй маркетинговій стратегії та підвищити якість взаємодії з клієнтами.

На основі проведеного дослідження та аналізу ролі сувенірної продукції у побудові ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами, можна сформулювати декілька рекомендацій для компаній. А саме, це спрямована робота з аналізом і розумінням потреб та очікувань вашої цільової аудиторії є ключовою. Детально вивчайте, які види сувенірної продукції вони цінують, що стимулює їхню лояльність та відчуття приналежності; створюйте унікальну сувенірну продукцію, яка виокремить вас від конкурентів. Виготовлення авторських сувенірів, які будуть відрізнятися від стандартних рішень, може стати конкурентною перевагою; впевніться, що сувенірна продукція чітко відображає ідентичність вашого бренду. Вона повинна бути спільною мовою між компанією та клієнтами; якість сувенірної продукції має бути на високому рівні, оскільки це буде асоціюватися з якістю вашого бренду. Дизайн також повинен бути привабливим і сучасним; пропонуйте різноманітну сувенірну продукцію, яка задовольнить різні смаки та бюджети клієнтів. Включайте різні види сувенірів, від більш доступних до преміальних; активно просувайте свою сувенірну продукцію в соціальних мережах, на власному веб-сайті, та на подіях та виставках. Створюйте цікавий історичний контент навколо сувенірів; встановлюйте механізми зворотного зв'язку з клієнтами, спонукаючи їх ділитися враженнями від сувенірної продукції. Розглядайте їхні побажання та пропозиції для подальшого вдосконалення асортименту; слідкуйте за реакцією клієнтів на сувенірну продукцію і реагуйте на їхні відгуки. Моніторте продажі, популярність конкретних сувенірів

і аналізуйте, як вони впливають на ідентичність бренду; розглядайте можливості для співпраці з іншими брендами або місцевими виробниками сувенірної продукції. Це може збільшити асортимент і привернути нових клієнтів.

Загалом, використання сувенірної продукції для побудови ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами вимагає глибокого розуміння аудиторії та тонкощів маркетингу. Ця стратегія може стати важливим інструментом для залучення та утримання клієнтів, а також підвищення упізнаваності та лояльності бренду.

Висновки. Дослідження показали, що сувенірна продукція є важливим засобом побудови ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами. Вона допомагає створювати позитивний імідж компанії та зміцнювати зв'язок зі споживачами.

Сувенірна продукція глибоко впливає на емоційний стан клієнтів. Вона може створювати позитивні асоціації, сприяючи лояльності споживачів.

Результати дослідження показали, що важливо розробляти індивідуальні підходи до вибору сувенірної продукції для різних категорій клієнтів. Це дозволяє підсилити ефективність маркетингових кампаній.

Сувенірна продукція постійно розвивається, включаючи в себе нові технології та дизайн. Для підтримки ідентичності бренду важливо відстежувати сучасні тенденції та адаптувати їх у маркетингових стратегіях.

Рекомендації щодо оптимального використання сувенірної продукції для підтримки ідентичності бренду та взаємодії з клієнтами можуть бути цінними для компаній, що прагнуть покращити свої маркетингові практики.

В цілому, дослідження підтверджує важливість сувенірної продукції у сучасному маркетинговому середовищі та наголошує на її потенціалі в створенні ідентичності бренду та підтримці взаємодії з клієнтами.

Список літератури:

1. Рябчиков А.В. Знання. Розуміння. Вміння. *До визначення рекламного сувеніру*. 2013. № 1.
2. В.М. Кобелев, Д.С. Дятлова. Сувенірна продукція як один із важливіших засобів реклами для компанії. *Вісник НТУ «ХП»*. 2014. № 34 (1077). С. 133–138.
3. Плахолок О.В., Малюк Д.О. Сувенірний ринок: тренди, маркетинг та фактори формування якості. *Товарознавчий вісник*. Вип. 10, 2017. С. 129–136.
4. Про тенденції на рекламно-сувенірному ринку. URL: <http://printus.com.ua/article/read/1948> (дата звернення: 26.10.2023).
5. Сувенірна продукція з логотипом. URL: <https://uagroup.com.ua/ua/about-us> (дата звернення: 25.10.2023).
6. Сувенірна продукція. st-print.com.ua: веб-сайт. URL: <https://st-print.com.ua/suvenirna-produktsija/> (дата звернення: 26.09.2023).
7. Сувенірна реклама: переваги та недоліки. [readonline.com.ua](http://readonline.com.ua/items/30509-suvenirnareklama-perevagi-ta-nedoliki/): веб-сайт. URL: <http://readonline.com.ua/items/30509-suvenirnareklama-perevagi-ta-nedoliki/> (дата звернення: 12.09.2023).

Litvinchuk I. S. THE ROLE OF SOUVENIR PRODUCTS IN BUILDING BRAND IDENTITY AND INTERACTION WITH CUSTOMERS

Today, in the world of saturated advertising and competition, building a brand identity and effective interaction with customers has become a real art. Every successful brand strives to create a special atmosphere around itself, attracting and satisfying its audience. One of the key tools for achieving this goal is souvenir products.

Souvenirs are not just items or products with a brand logo. They embody the memories, feelings and values that consumers associate with a certain brand. They carry a history, a sense of belonging and an identity. Souvenir products can become a bridge that unites the brand and its customers, creating unforgettable consumer experiences and strengthening loyalty.

Souvenir products are not only a memory of the brand, but also a powerful tool for building an identity and interacting with customers. This topic explores the importance of souvenirs in marketing and advertising, analyzes their impact on consumers, and identifies strategies for using souvenir products in building strong brands.

The object of research is the souvenir product itself. That is, the research is aimed at studying the role and influence of souvenirs that are associated with a specific brand, on the creation of the identity of this brand and interaction with customers. Objects are souvenirs, items and products that consumers associate with a particular company or brand and that are used by marketing companies to achieve specific goals.

During the study, the method of literary analysis was used to review publications, studies and scientific sources related to the role of souvenir products in marketing and advertising. This approach helps develop the theoretical framework of the paper and understanding of key concepts.

The article uses theoretical analysis to solve specific problems and identify key theoretical approaches to the role of souvenirs in advertising.

In this study, we look at how souvenir products influence brand identity and how they can be used to support customer engagement.

The role of souvenir products in building brand identity and customer engagement is a burning issue in today's business, and this research will help us better understand its importance and potential.

Also, the use of souvenir products contributes to the emotional connection between the brand and the client. Souvenirs create positive associations and promote consumer loyalty. Successful brands and companies use souvenir products to maintain and develop relationships with customers. They create unique souvenirs that provide an additional incentive to communicate with the brand.

The article reveals that souvenir products play an important role in building brand identity and customer engagement, and provides practical examples and insights into its use in modern marketing and advertising.

Key words: *souvenir, brand, advertising, brand promotion, marketing and advertising.*