

**УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ**  
**КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО МАРКЕТИНГУ**

# **КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему

## **«Брендинг як ефективна технологія завоювання та утримання покупця»**

Виконала: здобувач 2 курсу,

групи МГ-22м

Спеціальності 075 Маркетинг

Дайнега Марія Миколаївна

Керівник: Мішустіна Т.С., к.екон.н., доцент

**Дніпро**  
**2024**

## АНОТАЦІЯ

**Дайнега М. М. Брендинг як ефективна технологія завоювання та утримання покупця.**

«Метою цього дослідження є вивчення нюансів стратегії брендингу L'Oréal Україна та способів її вдосконалення для ефективного залучення та утримання клієнтів. Ретельно досліджуються теоретичні та методологічні аспекти маркетингових стратегій бренду, а також детально аналізується маркетингове середовище, в якому працює L'Oréal Україна. Дослідження визначає сильні та слабкі сторони бренду, можливості та загрози, а також політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори, що впливають на його діяльність. Дослідження пропонує стратегії покращення брендингу L'Oréal, включаючи покращення пропозиції продуктів, стратегії ціноутворення, каналів розподілу та рекламних заходів. Результати цього дослідження пропонують цінну інформацію про оптимізацію стратегії брендингу L'Oréal Україна для кращого залучення та лояльності клієнтів.»

**Ключові слова:** ринок косметичних товарів, брендинг, залучення клієнтів, аналіз ринку, стратегія бренду, маркетинг-мікс.

## SUMMARY

**Daineha M. M. Branding as an effective technology for acquiring and retaining a customer.**

«The focus of this study is to explore the nuances of the branding strategy of L'Oréal Ukraine and how it can be enhanced for effective customer acquisition and retention. The theoretical and methodological aspects of the brand's marketing strategies are thoroughly examined, alongside a detailed analysis of the marketing environment in which L'Oréal Ukraine operates. The study identifies the brand's strengths and weaknesses, opportunities and threats, as well as the political, economic, social, and technological factors influencing its activities. The research proposes strategies for enhancing L'Oréal's branding, including refining its product offerings, pricing strategy, distribution channels, and promotional efforts. The findings of this study offer valuable insights into optimizing the branding strategies of L'Oréal Ukraine for better engagement and loyalty with its customers.»

**Keywords:** market, branding, customer engagement, market analysis, brand strategy, marketing mix.

## ЗМІСТ

ВСТУП .....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ БРЕНДИНГУ ЯК ТЕХНОЛОГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ ТА УТРИМАННЯ ПОКУПЦІВ.....	9
1.1. Теоретичні засади понять брендингу у діяльності підприємств.....	9
1.2. Брендинг у системі управління лояльністю споживачів підприємства .....	13
1.3. Забезпечення успішного функціонування брендингу компанії.....	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА» .....	24
2.1. Загальна характеристика основних напрямків діяльності ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА» .....	24
2.2. Аналіз маркетингової діяльності та брендингу ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА» .....	28
2.3. Аналіз зовнішнього маркетингового середовища підприємства .....	33
2.3.1. Аналіз мікросередовища .....	33
2.3.2. Аналіз макросередовища. PEST- аналіз .....	47
2.4. SWOT-аналіз та визначення основних напрямків діяльності підприємства .....	51
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМКИ ВДОСКОНАЛЕННЯ БРЕНДИНГУ ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА».....	53
3.1. Аналіз лояльності споживачів до бренду компанії ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА» ....	53
3.2. Заходи щодо вдосконалення брендингу ТОВ «ЛОРЕАЛЬ УКРАЇНА».....	64
3.3 Бюджет і оцінка ефективності запропонованих заходів.....	68
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....	78