

# Strategie di Branding



## Monomarca

Consiste nell'applicare la stessa marca per tutti i prodotti (anche completamente diversi tra loro). È detta anche strategia di family branding, o corporate branding.



Ha il vantaggio di portare il valore di un brand su altri segmenti di mercato, riducendo i costi di pubblicità, e creando sinergie, aumentando il valore delle brand anche per altri prodotti.



## Multimarca

Consiste nell'applicare una marca diversa a ciascun prodotto o linea di prodotto.

Si può anche applicare una marca diversa a prodotti uguali (o simili) ma destinati a diversi segmenti di mercato.



I suoi vantaggi sono la possibilità di creare marche "personalizzate" per ogni mercato, e un ridotto rischio che il fallimento di un prodotto influisca sugli altri.

D'altro canto, comporta maggiori costi pubblicitari.



## Private Branding

Sono marche possedute da imprese di distribuzione (come i supermercati), che identificano i beni offerti soltanto nella rete di vendita del distributore che la possiede.

Possono avere il nome del distributore, o anche nomi di fantasia.

È detta anche marca commerciale, private label, retail brand, o own brand.