

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДА EMIRATES AIRLINES В СИСТЕМЕ МЕЖДУНАРОДНОГО МАРКЕТИНГА КОМПАНИЙ НА РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКАХ

Храмова Алина Павловна

студент, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, РФ, г. Москва

Аннотация. В данной статье рассматривается роль национального бренда авиакомпании Emirates Airlines в системе международного маркетинга компаний на развивающихся рынках. В статье выделены особенности и преимущества бренда Emirates Airlines, анализируются стратегии и инструменты международного маркетинга, используемые компанией для укрепления своего имиджа и повышения конкурентоспособности на мировом рынке авиаперевозок, а также рассматривается брендинг и коммуникационная политика компании. В заключении статьи дается общая оценка роли национально бренда Emirates Airlines в системе международного маркетинга компаний на развивающихся рынках и предлагаются рекомендации для других компаний на развивающихся рынках, стремящихся к успеху на мировом рынке.

Ключевые слова: Emirates Airlines, национальный бренд, международный маркетинг, авиакомпания, развивающиеся рынки, аэропорт.

Бренд является ключевым элементом в международном маркетинге, который помогает компаниям установить свою уникальность и дифференцироваться от конкурентов на мировом рынке. Однако, при разработке бренда для международного рынка необходимо учитывать культурные различия и особенности каждой страны, чтобы избежать негативной реакции у местных потребителей.

Маркетинг на развивающихся рынках имеет свои особенности, которые необходимо учитывать при работе в таких странах. Ниже приведены некоторые из них:

1. Низкий уровень доходов и покупательная способность. В развивающихся странах доходы населения могут быть значительно ниже, чем в развитых странах. Это означает, что цены на товары и услуги должны быть адаптированы к местным условиям.
2. Культурные различия. Развивающиеся страны могут иметь сильные культурные отличия от западных стран. Это может повлиять на восприятие товаров и услуг, а также на рекламные кампании.
3. Неразвитая инфраструктура. В некоторых развивающихся странах может быть недостаточно развита инфраструктура, такая как дороги, транспортная система и технологии. Это может затруднить доставку товаров и услуг, а также связь с потребителями.
4. Различия в законодательстве и правилах. В развивающихся странах может быть различное законодательство и правила, которые могут затруднить работу иностранных компаний.

В целом, маркетинг на развивающихся рынках требует особого подхода и адаптации к местным условиям и культурным отличиям. Необходимо проводить исследование рынка и адаптировать свой продукт и маркетинговую стратегию к местным потребностям и

предпочтениям.

Развитие национального бренда Emirates Airlines началось с момента ее создания в 1984 году. Компания была основана правительством Дубая с целью создания национальной авиакомпании, которая стала бы главным символом экономического развития страны.

В начале своей деятельности компания использовала арендованные самолеты и нанимала иностранных пилотов, но уже в 1987 году она приобрела свой первый собственный самолет. Это позволило компании начать активное развитие и расширение своей деятельности.

В 1992 году Emirates Airlines установил новый стандарт, став лидером в области развлечений на борту. Компания была первой, кто установил видеосистемы на всех сиденьях в каждом классе салона на всех своих самолетах.

А уже в 1993 году компания сделала еще один шаг вперед, став первой авиакомпанией, которая внедрила телекоммуникации на борту Airbus во всех трех классах, открыв новую эру коммуникаций в авиации.

Одним из ключевых моментов в развитии бренда Emirates Airlines стал запуск программы лояльности Emirates Skywards в 2013 году. Благодаря этой программе компания смогла укрепить свои отношения с пассажирами и повысить уровень их удовлетворенности. Одним из важных элементов программы стал первый в мире зал ожидания для Airbus A380, специально построенный объект открылся в Международном аэропорту Дубая, увеличив пропускную способность аэропорта до 75 миллионов пассажиров в год.

Кроме того, компания активно развивала свой имидж как лидера в области комфорта и сервиса на борту самолетов. Emirates Airlines была первой авиакомпанией, которая начала использовать Airbus A380 в коммерческих целях, что позволило ей предложить пассажирам уникальный уровень комфорта и развлечений на борту.

В 2016 году Emirates Airlines была признана лучшей авиакомпанией мира по мнению Skytrax World Airline Awards, а в 2020 году стала крупнейшей международной авиакомпанией.

В эксплуатации у Emirates Airlines 256 самолетов, которые выполняют рейсы в 139 городов по всему миру, также компания является крупнейшим работодателем в Дубае, где она имеет около 60 000 сотрудников из более чем 160 стран. Компания имеет свою собственную авиационную школу Emirates Aviation College, которая предоставляет обучение пилотов, бортпроводников и других специалистов в авиационной отрасли.

Сегодня Emirates Airlines является одним из самых узнаваемых и уважаемых брендов в авиационной отрасли, предлагающим своим пассажирам высокий уровень сервиса и комфорта на борту, а также широкую сеть маршрутов по всему миру.

Ее особенности и преимущества включают:

1. **Качество обслуживания:** Emirates Airlines известна своим высоким уровнем сервиса, который включает в себя комфортабельные кресла, бесплатную еду и напитки, индивидуальный экран для каждого пассажира и многое другое.
2. **Маршруты:** Emirates Airlines предлагает широкий выбор маршрутов по всему миру, включая более 150 направлений. Это позволяет пассажирам легко находить подходящий рейс для своих нужд.
3. **Современный авиапарк:** Emirates Airlines использует только самые современные и безопасные самолеты, что обеспечивает высокий уровень комфорта и безопасности для пассажиров.
4. **Программа лояльности:** Emirates Skywards - это программа лояльности, которая позволяет пассажирам накапливать баллы за каждый полет и обменивать их на бесплатные билеты, улучшения класса обслуживания и другие привилегии.

5. Удобство при пересадках: Emirates Airlines предоставляет удобства для пассажиров, которые пересаживаются в Дубае, включая бесплатный трансфер, бесплатное проживание в отеле и другие привилегии.

6. Инновации: Emirates Airlines постоянно внедряет новые технологии и инновации, чтобы улучшить опыт полета пассажиров. Например, компания первой в мире начала использовать в своих самолетах встроенную систему Wi-Fi.

7. Культурное наследие: Emirates Airlines гордится своим культурным наследием и предлагает пассажирам возможность познакомиться с традиционной кухней, музыкой и искусством ОАЭ.

Брендинг и коммуникационная политика компании Emirates Airlines основываются на идее роскоши, комфорта и высокого качества обслуживания. Компания стремится создать уникальный опыт для своих пассажиров, который будет связан с ее брендом. Компания активно использует различные маркетинговые инструменты, такие как реклама, спонсорство, PR-акции и социальные сети.

Одним из ключевых элементов брендинга Emirates Airlines является ее логотип, который символизирует крылья самолета и грациозность птицы. Логотип компании является узнаваемым и ассоциируется с высоким качеством услуг.

Компания также активно использует спонсорство, чтобы укрепить свой имидж и привлечь новых клиентов. Emirates Airlines является главным спонсором таких известных футбольных клубов, как Арсенал, ПСЖ, Реал Мадрид, а также спонсором многих других спортивных мероприятий и культурных событий.

Коммуникационная политика Emirates Airlines также включает в себя активное использование социальных сетей. Компания имеет аккаунты во всех популярных социальных сетях, где она публикует новости, фотографии и видео о своих услугах и мероприятиях.

В целом, брендинг и коммуникационная политика компании Emirates Airlines направлены на создание уникального имиджа компании и привлечение новых клиентов. Компания активно использует различные маркетинговые инструменты, чтобы поддерживать свой имидж и оставаться лидером в сфере авиаперевозок.

Стратегии международного маркетинга компании Emirates Airlines:

1. Глобальное присутствие: Emirates Airlines стремится быть наиболее узнаваемой авиакомпанией в мире. Для этого компания использует различные каналы маркетинга, которые охватывают все континенты и регионы.

2. Адаптация культурных особенностей: Emirates Airlines учитывает культурные особенности тех стран, в которых она представлена. Компания адаптирует свои услуги и маркетинговые стратегии, чтобы соответствовать местным требованиям и предпочтениям.

3. Специализированные услуги: Emirates Airlines предлагает специализированные услуги для различных категорий пассажиров, таких как бизнес-класс, первый класс, семейный класс и др. Компания также предоставляет услуги для пассажиров с ограниченными возможностями.

4. Фокус на лояльность клиентов: Emirates Airlines активно работает над удержанием своих клиентов и повышением уровня их лояльности. Компания предоставляет различные программы лояльности, скидки и бонусы для постоянных клиентов.

5. Инвестирование в инфраструктуру: Emirates Airlines инвестирует в развитие своей инфраструктуры, чтобы обеспечить высокое качество обслуживания и комфорт для своих пассажиров. Компания строит новые аэропорты, модернизирует существующие и расширяет свою авиапарк.

6. Участие в международных мероприятиях: Emirates Airlines участвует в различных международных мероприятиях, таких как выставки, конференции и фестивали. Компания

использует эти мероприятия для продвижения своих услуг и укрепления своего имиджа в международном сообществе.

7. Сотрудничество с другими компаниями: Emirates Airlines сотрудничает с другими компаниями, чтобы расширить свой бизнес и предоставить дополнительные услуги своим клиентам. Компания имеет партнерские отношения с многими авиакомпаниями, отелями, туристическими агентствами и другими организациями.

Региональные рынки играют важную роль в развитии Emirates Airlines. Они предоставляют возможность компании предлагать свои услуги на новых направлениях, удовлетворять потребности местных клиентов и расширять свою сеть.

Компания активно работает над развитием сети маршрутов на региональных рынках, включая Ближний Восток, Африку, Азию и Европу. Emirates Airlines предлагает широкий спектр услуг, включая регулярные и чартерные рейсы, грузовые перевозки, VIP-обслуживание и многое другое.

Одним из ключевых направлений развития компании является увеличение числа маршрутов в странах Ближнего Востока и Африки. В последние годы Emirates Airlines активно расширяет свое присутствие в регионе, предлагая новые маршруты и улучшая качество своих услуг.

Emirates Airlines активно сотрудничает с другими авиакомпаниями и аэропортами по всему миру. Компания имеет партнерские соглашения с более чем 100 авиакомпаниями, что позволяет пассажирам легко переключаться между рейсами Emirates и других авиакомпаний.

Компания также сотрудничает с местными аэропортами, чтобы улучшить качество обслуживания пассажиров. Авиакомпания предоставляет техническое обслуживание и обучение для персонала аэропортов, а также помогает в модернизации инфраструктуры аэропортов.

Сотрудничество компании Emirates Airlines с местными авиакомпаниями и аэропортами является важным элементом ее маркетинговых стратегий на развивающихся рынках. Успешное сотрудничество может помочь компании увеличить свое присутствие на рынке, расширить свою сеть маршрутов и предложить клиентам более удобные условия перелетов.

Emirates Airlines известны своими инновациями в маркетинге и рекламе. Они используют различные каналы и подходы, чтобы привлекать и удерживать клиентов, особенно на развивающихся рынках. Вот несколько примеров:

1. Цифровой маркетинг: Emirates Airlines активно используют социальные сети, мобильные приложения и другие цифровые каналы для привлечения и взаимодействия с клиентами. Они были одними из первых авиакомпаний, которые начали использовать виртуальную реальность в своих рекламных кампаниях, предлагая потенциальным пассажирам "прочувствовать" их услуги до покупки билетов.

2. Персонализация: Emirates Airlines стремятся предлагать персонализированный опыт каждому клиенту. Они используют данные о поведении клиентов, чтобы предлагать им индивидуальные предложения и услуги, что увеличивает уровень удовлетворенности и лояльности клиентов.

3. Использование AI и Big Data: Emirates Airlines активно используют AI и Big Data для оптимизации своих операционных процессов. Например, они используют машинное обучение для анализа больших объемов данных о поведении пассажиров и предпочтениях, чтобы лучше понимать свою клиентскую базу и предоставлять персонализированный опыт путешествий. Кроме того, они используют AI для автоматизации процессов управления расписанием, оптимизации загрузки рейсов и прогнозирования спроса на билеты.

Влияние этих инноваций на развивающиеся рынки может быть значительным. Они помогают Emirates Airlines увеличить узнаваемость бренда, привлекать новых клиентов и удерживать существующих, адаптируясь к уникальным потребностям и предпочтениям клиентов на этих

рынках. Кроме того, они могут способствовать развитию местных индустрий, таких как туризм и гостеприимство, и поддерживать экономический рост.

Национальный бренд Emirates Airlines играет важную роль в международном маркетинге компаний на развивающихся рынках. Ниже приведены ключевые аспекты, которые подчеркивают значимость компании Emirates Airlines для международного маркетинга:

1. Надежность: Emirates Airlines является одной из самых надежных и безопасных авиакомпаний в мире, что обеспечивает доверие со стороны потребителей и партнеров.
2. Репутация: Благодаря своему высокому качеству услуг, Emirates Airlines имеет репутацию надежного и престижного партнера, что увеличивает привлекательность компании для сотрудничества.
3. Охват: Emirates Airlines осуществляет полеты по всему миру, что позволяет компании расширять свою клиентскую базу и предлагать партнерам доступ к новым рынкам.
4. Бренд: Emirates является одним из самых узнаваемых национальных брендов в мире, который ассоциируется с качеством, надежностью и роскошью. Это способствует повышению имиджа компании-партнера и ее продукции.
5. Рекламная поддержка: Emirates активно поддерживает и рекламирует свою деятельность на развивающихся рынках, что может способствовать повышению осведомленности о продуктах и услугах других компаний.
6. Сотрудничество и партнерство: Emirates Airlines активно сотрудничает с различными компаниями, в том числе на развивающихся рынках. Это создает возможности для других компаний использовать бренд Emirates и его репутацию для продвижения своих продуктов и услуг.

Таким образом, роль национального бренда Emirates Airlines в международном маркетинге является значимой, поскольку она предоставляет компаниям доступ к международным рынкам, увеличивает их узнаваемость, помогает им улучшить свою репутацию, привлечь новых клиентов и удержать старых.

В качестве рекомендаций для других компаний, действующих на развивающихся рынках, можно предложить следующее:

- Улучшение качества услуг: Необходимо постоянно работать над повышением качества предоставляемых услуг, чтобы соответствовать уровню Emirates Airlines и других крупных международных компаний.
- Расширение географии полетов: Развитие сети маршрутов и увеличение количества направлений может способствовать привлечению новых клиентов и расширению партнерской базы.
- Инвестирование в инновационные технологии: Развивающиеся рынки требуют современных решений и технологий, чтобы конкурировать на мировом рынке.
- Сотрудничество с другими компаниями: Активное сотрудничество с другими компаниями на развивающихся рынках может помочь в продвижении их продукции и услуг, а также в обмене опытом и знаниями. Следует вовлекать местные сообщества в развитие бизнеса, а также поддерживать благотворительные и социальные проекты.
- Использование маркетинговых возможностей: Компании должны активно использовать возможности маркетинга и рекламы, предоставляемые Emirates Airlines, для продвижения своих товаров и услуг на международных рынках.
- Развитие бренда: Следует разработать логотип, эмблему и имидж, которые будут отражать ценности и качество компании. Работа над узнаваемостью и репутацией собственного бренда

является важным аспектом для успеха на международных рынках, особенно на развивающихся.

Список литературы:

1. Emirates - история бренда [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.brandpedia.ru/brand-1398.html> (дата обращения 29.09.2023)
2. Эмирейтс: прошлое и настоящее [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.emirates.com/ru/russian/about-us/timeline/> (дата обращения 06.10.2023)
3. Маркетинговое исследование компании Emirates Airlines [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://prezi.com/gcbdkj6a_xyr/emirates-airline/ (дата обращения 13.10.2023)
4. End-to-End Marketing Strategy of Emirates Airlines [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://iide.co/case-studies/marketing-strategy-of-emirates-airlines/> (дата обращения 20.10.2023)
5. Урок лояльности от Emirates, реклама, которая потеряла свою человечность, и контент-маркетинг для новичков [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://vc.ru/marketing/88344-urok-loyalnosti-ot-emirates-reklama-kotoraya-poteryala-svoyu-chelovechnost-i-kontent-marketing-dlya-novichkov> (дата обращения 27.10.2023)