iberorus2025-T5.1.001

Особенности продвижения испанских брендов на мировом рынке.

Елена В. Волкова[1]

[1] Institute of Latin America of the Russian Academy of Sciences

castolen@ya.ru

Несмотря на сложную глобальную экономическую ситуацию, испанские компании успешно применяют различные стратегии продвижения своих товаров и услуг на мировом рынке. Испанские бренды сумели зарекомендовать себя как конкурентоспособные и гибкие бизнес-модели в современных взаимосвязанных экономических условиях. Международный успех испанских компаний зафиксирован в основном в таких странах как: Португалия, Италия, Мексика, Франция, Аргентина, Германия и др. Расширение международного бизнеса является результатом способности испанских брендированых компаний понимать и адаптироваться к специфическим особенностям рынков различных стран , предлагая инновационные и высококонкурентные продукты. Помимо высокого качества товаров и услуг необходимо обратить внимание на политику продвижения испанских предприятий, особенности выстраивания цепочек поставок, формирование центров производства, открытие представительств, продвижения франшизы, использование цифровых технологий, экологических проектов, а так же использование возможностей искусственного интеллекта. К примеру, сектор моды испанских предприятий позиционируется как бесспорный мировой лидер, имея в общей сложности 71 бренд, что составляет 22,9% от общего числа, и присутствует в 127 странах мира. Помимо таких гигантов как группа компаний Inditex (испанская компания, владелец крупных розничных сетей, таких как Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Uterqüe др.) которая является одним из крупнейших в мире дистрибьюторов модной одежды, можно выделить такие знаменитые мировые бренды как - Malababa, Apodemia, Lodi, Leblon Madrid и многие другие, которые достаточно успешно набирают популярность в других странах. Сегодня мир в коммерческом плане гораздо более разобщён чем до 2019 года. И речь идёт не только о проблемах, которые принесла пандемия и военные конфликты, но и о продвижении протекционистской политики во многих странах. Фактически, с приходом Дональда Трампа к власти в США и начатая им торговая война с Китаем, с большой долей вероятности распространится и на другие государства, в том числе Европу, Латинскую Америку, затронет и Канаду. Повышении торговых пошлин может нарушить тенденцию к экономической открытости, подкреплённую соглашениями ГАТТ и деятельностью ВТО. Пострадавшие страны вынуждены будут принимать ответные меры, а это более чем предсказуемый рост потребительских цен. Именно в такой сложной ситуации испанским компаниям необходимо будет развивать свои бренды на мировом рынке.