

Потужний бренд є необхідним для диференціювання компанії на ринку і збільшений внесок у її фінансові показники. Але, бренд - нематеріальний актив, а тому його грошове визначення визначити важко. Новий стандарт, ISO 10668:2010, Оцінка бренду. - Вимоги до грошової оцінки бренду , надає схему послідовної та прозорої процедури і методи вимірювання вартості бренду.

Бренди включають імена, терміни, позначення, символи, логотипи і т.д., які необхідні для ідентифікації товарів, послуг і організацій.

"*Бренди, як і багато інших нематеріальних активів, мають високо цінні властивості*", говорить Крістофер Шольц, голова комітету ISO, яким був розроблений проект стандарту. "
Вони використовуються з метою створення відмінних образів та асоціацій в умах зацікавлених сторін, щоб допомогти компаніям виділятись на ринку, а також спілкуватися і взаємодіяти з клієнтами. Протягом довгого часу компанії намагалися визначити фактичний вплив і цінність їх бренду. ISO 10668 є важливим кроком вперед в цій галузі ".

Стандарт надає споживачам узгоджений на глобальному рівні трирівневий аналіз, зосередивши увагу на фінансових, правових і поведінкових аспектів, включає приклади законних прав захисту бренду, розмірів ринку і тенденцій його впливу на вибір покупки, а також різне ставлення зацікавлених сторін до бренду.

Стандарт визначає цілі, бази, підходи і методи оцінки та пошуку якості даних та припущень. Він також надає методи для звітності про результати.

Проект стандарту ISO 10668:2010, Оцінка бренду - Вимоги до грошової оцінки бренду, був підготовлений комітету **ISO/PC 231, Оцінка бренду.**