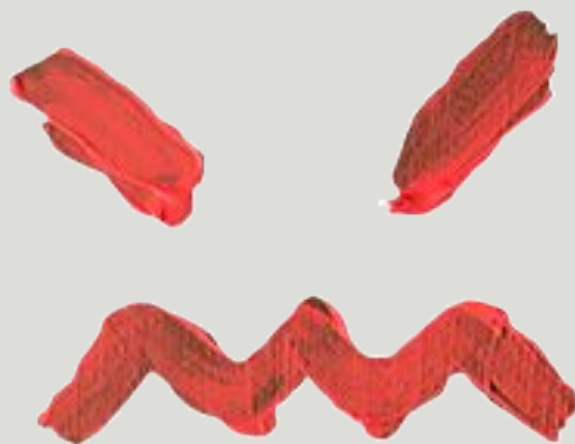


Вова Джипси





1. Выбор отрасли деятельности

- Не продовольственные товары.
- Товарная категория: одежда.
- Стиль: уличный.



Классификация торговой марки

- По типу потребителя: потребительская торговая марка;
- По географическому охвату: национальная;
- По объекту брендинга: марка-уникум;
- По каналам товародвижения: марка производителя.



Основные потребительские характеристики:

- Эргономические свойства
- Защитные свойства от неблагоприятных внешних воздействий;
- Свойства социального назначения (внешний вид)
- Эстетические свойства

Функциональные значения:

- Форма
- Целостность композиции
- Стилль
- Мода
- Оригинальность изделий
- Совершенство производственного исполнения

Основные товары:





Цвета:





Ткани:

- Футболки – хлопок.
- Лонгсливы – хлопок.
- Худи – хлопок, полиэстер, флис.
- Джоггеры – хлопок.
- Носки – хлопок; эластан; полиамид.









Ценовой сегмент

Ценовая политика бренда формируется от следующих факторов: уровень качества производимого товара (шелковые нити, ткани, подклады и т.д.), высокий уровень шелкографии, а также создание принтов за счет переноса авторских картин на продукцию.

- Футболки - 3200-3500
- Лонгсливы – 5000
- Худи – 6800-11000
- Джоггеры – 5000-8000
- Носки – 500-1200



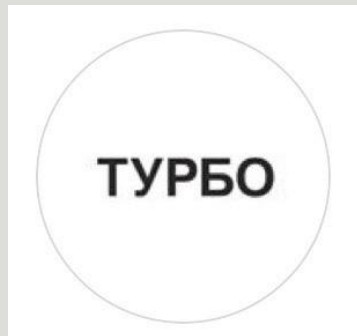
2. Маркетинговые исследования.

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТОВ

Прямые:



Косвенные:





Анализ целевой аудитории:

Целевая аудитория: молодежь (парни и девушки) в возрасте от 18 до 25 лет с уровнем достатка выше среднего.

Образование, Социальный и семейный статус, профессия, национальность и религия значения не имеют.

География проживания – Россия и страны СНГ, с перспективой выхода на европейский рынок.

Это люди, которые обладают харизмой, яркой индивидуальностью и не боятся себя показать. В одежде у которых преобладает street style. Они любят уникальные, лимитированные вещи премиального качества, поэтому готовы платить за них.



3. Разработка платформы бренда:

Миссия бренда – «Бросать вызов, раздвигать границы и позволять быть самим собой».

Ценности бренда

- Осмелиться быть разным;
- Быть собой;
- Подчёркивать харизму;
- Показывать себя обществу;
- Не быть банальным.





УТП

- Максимальный комфорт за счет техники «лекало»;
- Синтез классики и современного искусства;
- Использование авторских картин в качестве принтов;
- Одна картина = одна вещь.



Варианты позиционирования

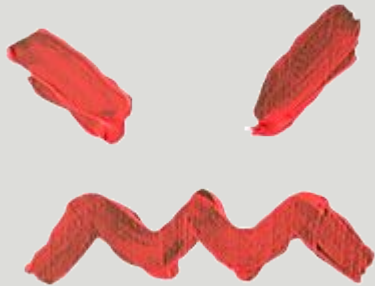
Позиционирование бренда по выгоде.

Приобретая продукт, ты получаешь непосредственную вещь, которая способствует чувствовать себя уникальней и выделяться из серой массы.



4. Атрибуты бренда

- Имя бренда: **Вова джипси**
- Тип шрифта: печатный
- Название шрифта – gilroy (heavy)
- Фирменный знак:





- Фирменные цвета:



- Слоган: