



Бренд

STENDERS
Gardener & Feelings



Сущность бренда

STENDERS - **косметический** бренд, вдохновленный **северной природой**. Он уделяет особое внимание **ощущениям** и **покупательскому опыту**, а также **дизайну, аромату**, способу презентации продукта и культуре заботливого отношения к **покупателю**.

Наша история



Jānis Bērziņš Zane Dreimane



STENDERS

Они открыли **магазин** и продавали **мыло**, сделанное в домашних условиях, **необычным способом**.

При производстве мыла они использовали **знания древних латышей**; рецепты состояли, главным образом, из **натуральных ингредиентов** – растительных **экстрактов**, эфирных **масел**, **цветов роз** и засушенных **трав**. **Природные** элементы также присутствовали и в магазине – букеты **цветов**, свисающие с потолка, различные растения, использовавшиеся в упаковке **подарка**, и столь же выразительные **ароматы**.

Вскоре магазин стал популярен. В 2003 году под многими новогодними елками был оставлен **подарок** от STENDERS.

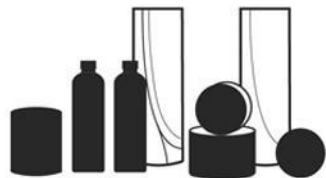


Были **покупатели**, которые в буквальном смысле влюбились в особую атмосферу и продукты STENDERS. Они хотели иметь свой **личный магазин**.

И они получили эту **возможность**. Таким образом, STENDERS начал выходить на **мировой уровень**.

Возникла концепция **франшизы STENDERS**. В последующие годы STENDERS столкнулся с **изменениями**, которые адаптировали бренд для **различных стран и культур**.

Была подобрана сильная **команда опытных специалистов** из косметических **лабораторий** Европы с сильными традициями.



Это был **ключ к расширению** предложения STENDERS – ассортимент мыла был дополнен другими косметическими продуктами, постепенно заполняя полки магазинов полным набором продуктов по **уходу за лицом и телом** как для **ежедневного ухода**, так и для **особых ритуалов ароматерапии**.

Эти изменения **прогрессируют** и теперь. Изменения означают **развитие**.

В 2011 году STENDERS обрел свою идентичность, STENDERS – **«сад ощущений»**.

Легенда бренда

Легенда бренда состоит из двух частей
Первая часть – об **историческом персонаже, вдохновившем** бренд. Вторая часть – о **самом** бренде, она дает **ответ** на вопрос о «**саде ощущений**».

1



Философия бренда STENDERS была создана под вдохновением исторической личности Готтарда Фредерика Стендера, известного также в под именем **Старый Стендерс - удивительного человека**, родившегося в **Латвии** в начале 18 века. Старый Стендерс имел очень **широкий круг интересов**.

2

STENDERS
Gardener & Feelings



Он сочинял **сказки, рассказы, стихи**.



Он **изучал природу и природные явления**, которые позже описал в своих **книгах**.



Он был особенно уважаем за его логические познания о **мире и географии**.



«Сад»

«Сад» - это ответственность за **эффективность** продуктов и **реальность** обещаний. «Сад» присутствует при **создании** продукта — это **знание** STENDERS о том, как создавать превосходный продукт.



Продавцы магазина STENDERS обладают **знаниями** не только о продуктах на полках; они могут предложить **рецепт** на запрос **пожеланий** клиента. Так, покупатель может получить **совет** даже относительно выбора **музыки** в ближайшем музыкальном магазине по дороге домой, для создания **по-настоящему** романтического вечернего купания в ванне.



«Ощущения»

«Ощущения» означают, что STENDERS предлагает **разнообразие ощущений**. Магазины STENDERS — это не только место, где продаются **косметические** продукты. STENDERS является местом, где можно найти **энергию**, силу **созидания**, позитивные эмоции, **романтическую** атмосферу, **вдохновение**, **мир** и **гармонию**.

Каждый продукт также гарантирует **положительные** эмоции — **аромат**, **упаковка** и опыт во время его **использования**.

STENDERS
Gardener & Feelings



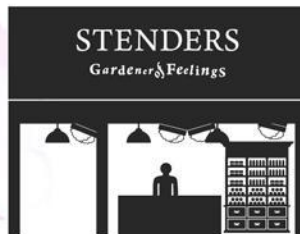
Продукт

Продукт STENDERS разработан для использования **в душе, ванне** и для ритуалов по **уходу за телом**. Широкий ассортимент **мыла**, изготовленного вручную, и **бурлящие шары для ванны** делают бренд **уникальным**. Чтобы предложить широкое разнообразие выбора в сегменте особых продуктов, представлены и другие категории **косметики**. Именно поэтому STENDERS может называть себя **экспертом** в сфере **умывания и ухода за телом**.



Первичная целевая аудитория

Женщина в возрасте 20-50 лет, со средними доходами и доходами выше средних, для которой важно не только найти продукт для себя, но и приобрести **покупательский опыт**. Она приходит в магазин STENDERS, когда хочет **побаловать себя** особыми продуктами по **уходу за телом** и **ванными ритуалами**, либо когда она ищет **подарок** для любимых людей.



Дополнительная целевая аудитория

Мужчина, в возрасте 20-50 лет, со средними доходами и доходами выше средних, который ищет **подарок для женщины**.

ЦЕННОСТИ

Радость

Творчество

Знания

Качество

Природа

STENDERS

Gardener & Feelings

Наши ценности

Радость

Радость является чувством, которому STENDERS уделяет особое внимание. Радость присутствует в наших магазинах, где на полках располагается красочное мыло и бурлящие шары для ванны, в нарядной одежде продавцов магазина, а также на постерах в магазинах. Мы верим в то, что важно не только передать радость нашим клиентам, ее следует ощущать в нашей рабочей среде, для этого в производственных помещениях и офисах STENDERS по всему миру также была создана особая атмосфера. Нам действительно нравятся положительные эмоции, созданные работой нашей команды.



Ощущение праздника



Хорошо проводить время



Игра солнечного света



Нам нравится цвета



Танцы под дождем

Наши ценности

Творчество

Продукты и магазины STENDERS являются особыми в плане дополнительной ценности, что проявляется в интерьере, упаковке и наших кампаниях социальной ответственности. Так, в магазинах STENDERS цветы свисают с потолков; открывая коробочку с кремом вы видите садовые цветы; а, однажды, когда вы идете своим привычным маршрутом, вы вдруг замечаете сад, наполненный радостью, который волшебным образом расцвел в ночи в достаточно обыденном месте.

Вторичное
использование



Цветы сверху вниз/
другой подход



Волосы к небу/энергия



Игра света



сад в город

Наши ценности

Знания

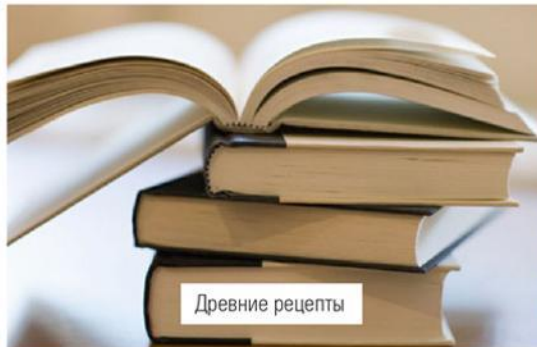
Наша работа вдохновлена древними традициями, которые мы применяем в современном мире. Наличие знаний является важным на каждом этапе нашей деятельности, начиная с нашей команды специалистов лаборатории до продавцов в наших магазинах. STENDERS предоставляет решения для удовлетворения потребностей покупателей не только путем предложения высококачественного продукта, но также и комплексным путем, предлагая полноценный рецепт для превосходного результата.

Умные ингредиенты/
лаборатория



Предоставление
информации коллегам

Обученные продавцы
магазина



Древние рецепты



Выполнение пожеланий клиентов

Наши ценности

Качество

Внимание к мелочам является основой нашей работы. Мы используем материалы, растения и ароматы только наивысшего качества. Мы уделяем особое внимание не только нашим продуктам, но и средствам взаимодействия с окружающими. Мы хотим улучшить качество жизни каждого человека, соприкоснувшегося с нами. Да, любая мелочь имеет значение.

Культура обслуживания
покупателей



Навыки упаковки подарков



Ценные ингредиенты



Формулы продуктов

Наши ценности

Природа

Северная природа, ее сила и красота являются нашей величайшей вдохновляющей идеей. Мы соединяем силу чудес природы с современным образом жизни. Мы собираем ингредиенты со всего мира для того, чтобы создать богатые ощущениями продукты, заставляя ум и тело ощутить красоту. Присутствие природы важно не только в продуктах, произведенных STENDERS, но и в жизненной философии – мы поддерживаем велосипедные прогулки, наши офисы полны растений, мы заботимся о красивой окружающей среде в наших городах!



Здоровое питание



Летний туман

Очарование ароматов



Утренняя роса



Сад в городе



Натуральные материалы

Стратегия бренда

Создавать продукты, богатые **ощущениями**, заставляющие **тело** и **ум** **ощутить красоту**.
Продукты STENDERS продаются в магазинах в особой **атмосфере**, **визуальная** идентичность и культура **обслуживания** дают возможность покупателям ощутить игру **ароматов** и **красок**, насладиться особым ритуалом упаковки **подарка** и **ощущением постоянного праздника**.



Концепция развития

Стать **всемирно известным** косметическим брендом, который ценят за качественные продукты для **ухода за телом** и ванн ритуалов, эксклюзивные **подарки** и культуру **обслуживания**.



Социальная ответственность

Принести **сад в город**. Создать **красивую окружающую среду** вокруг нас. Отыскать незаселенные **места** и сделать их **красивыми**.

Цель нашей социальной ответственности – сделать лица людей **улыбающимися**.



STENDERS

Gardener & Feelings



STENDERS