
Марочные ассоциации с товарной категорией

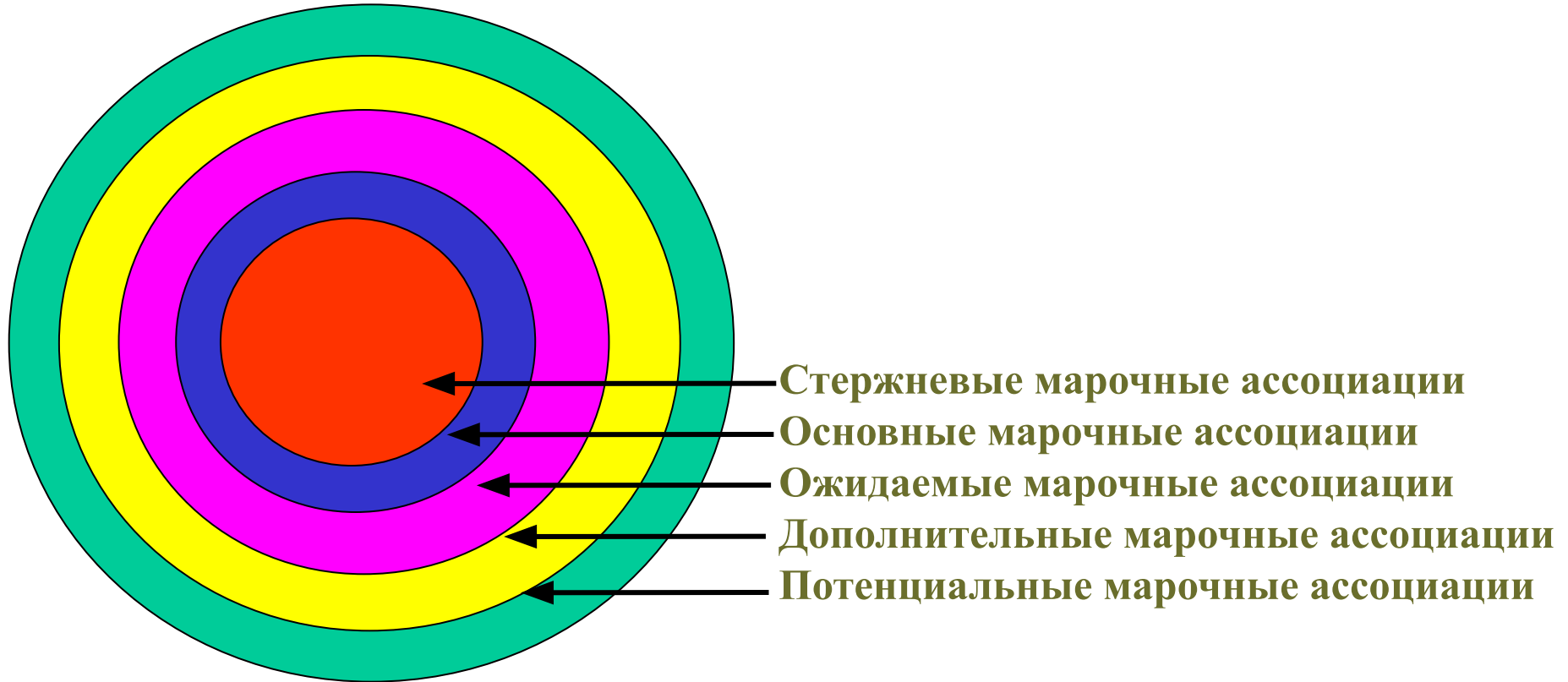
НОВОСИБИРСК 2016

«Правила игры»

- ❑ Для проведения практикумов необходима разбивка на подгруппы от 4 до 6 человек в каждой. Основные принципы разбивки: умение работать в подгруппе и возможность совместной работы в неучебное время.
- ❑ Каждая подгруппа будет разрабатывать торговую марку (продукция **или** услуга).
- ❑ До начала первого практикума необходимо разбиться на подгруппы.
- ❑ До начала первого практикума каждая подгруппа должна выбрать подгрупповую товарную категорию. *Запрещены следующие товарные категории: «гостиница», «водка», «ветеринарная клиника», «замороженные овощи, фрукты и ягоды», «фасованные крупы». В подгруппах не должно быть пересечений.*

- Каждый студент разрабатывает «личную» торговую марку по аналогии с разработкой «подгрупповых» торговых марок. К следующему занятию каждый студент должен определиться с «личной» товарной категорией (продукция *или* услуга) и записаться у старосты. *Запрещены указанные ранее товарные категории и подгрупповые товарные категории. Пересечений товарных категорий (между студентами) не допускается.*
- Критерии выбора товарной категории: возможность производства товара в Новосибирске или НСО в настоящее время, наличие конкуренции в товарной категории (на рынке предлагается 3 аналогичных товара).

5 уровней марочных ассоциаций с товарной категорией



5 уровней марочных ассоциаций с товарной категорией



Стержневые марочные ассоциации. Главные преимущества товарной категории, которые получают потребители. *Для гостиницы: отдых и сон.*

Основные марочные ассоциации. Набор марочных ассоциаций с товарной категорией, которые обеспечивают реализацию стержневых марочных ассоциаций. *Для гостиницы: например, наличие кровати, ванной, полотенца, стола, шкафа и туалета.*

Несоответствие стержневых и основных марочных ассоциаций товарной категории приводит к тому, что потребители не воспринимают товар в качестве представителя данной товарной категории. *Прозрачное виски, сигареты без дыма.*

5 уровней марочных ассоциаций с товарной категорией



Ожидаемые марочные ассоциации. Набор обычных марочных ассоциаций, которые потребители стандартно связывают с данной товарной категорией. *Для гостиницы: например, чистая постель, свежие полотенца, свет или относительная тишина.*

Дополнительные марочные ассоциации. Набор марочных ассоциаций, которые превышают обычные ожидания потребителей. *Для гостиницы: например, бесплатная экскурсия по городу, месторасположение в тихом месте города или молодёжный дизайн.*

5 уровней марочных ассоциаций с товарной категорией



Потенциальные марочные ассоциации. Набор возможных (будущих) марочных ассоциаций. *Для гостиницы: например, автоматическая доставка в номер заказов из любого магазина и ресторана города, международная сеть гостиниц только для детей или гостиница на Луне.*

На этом уровне разрабатываются новые товарные подкатегории и новые товарные категории.

Марочные ассоциации с товарной категории.

- ❑ Определить стержневые и основные марочные ассоциации с подгрупповой товарной категорией.



Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа в подгруппах

Стержневые марочные ассоциации целесообразно описывать в виде маркетингового определения товара.

Водка – русский прозрачный крепкий алкогольный напиток для быстрого раскрепощения.

Маркетинговое определение товара должно быть таким, чтобы потребители после ознакомления с определением дали точный ответ. Действительно, «русский прозрачный крепкий алкогольный напиток для быстрого раскрепощения» – это не виски и не джин. Это может быть только водка!

Основные марочные ассоциации водки (перечисляются списком): *напиток на основе пшеницы или ржи, нет «мути», крепость от 40 до 56(!) градусов, как химическое вещество влияет на поведение человека.*

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Замороженные овощи, фрукты и ягоды

Стержневые марочные ассоциации.

Доступная в любое время года альтернатива свежим овощам, фруктам и ягодам, представленная в замороженном виде.

Основные марочные ассоциации:

- содержит натуральные продукты (овощи, фрукты и ягоды);
- произведенная быстрая заморозка овощей, фруктов и ягод при определённых температурных условиях;
- продажа в замороженном виде;
- удобство транспортировки и хранения;
- при размораживании – готовые к употреблению.

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Ветеринарная клиника

Стержневые марочные ассоциации.

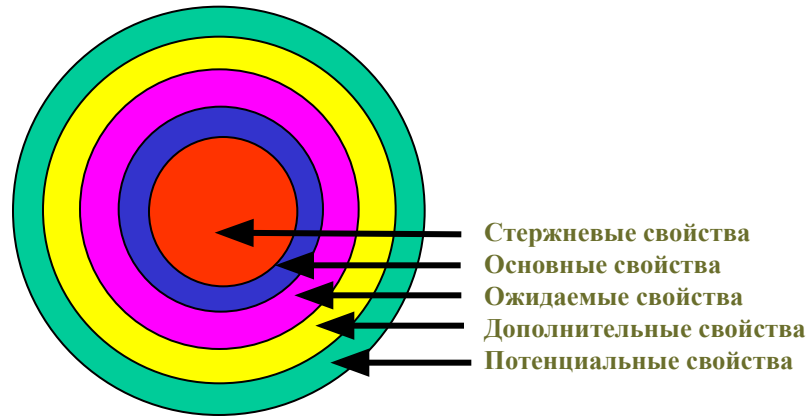
Предприятие, предлагающее ветеринарные услуги для собак, кошек и других домашних животных, выполняющее спектр лабораторно-диагностических исследований, оказывающее различные виды хирургической помощи.

Основные марочные ассоциации:

- наличие персонала с медицинским образованием;
- наличие специального оборудования (например, хирургического), инструментов и медицинских препаратов (например, шприцы или вакцины для прививок);
- услуги по полному медицинскому осмотру специалистом;
- выдачи рекомендаций.

Марочные ассоциации с товарной категорией.

- ❑ Определить ожидаемые (не менее 10 ассоциаций), дополнительные (не менее 10 ассоциаций) и потенциальные марочные ассоциации с подгрупповой товарной категорией.



Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Замороженные овощи, фрукты и ягоды

Стержневые марочные ассоциации.

Доступная в любое время года альтернатива свежим овощам, фруктам и ягодам, представленная в замороженном виде.

Основные марочные ассоциации:

- содержит натуральные продукты (овощи, фрукты и ягоды);
- произведенная быстрая заморозка овощей, фруктов и ягод при определённых температурных условиях;
- продажа в замороженном виде;
- удобство транспортировки и хранения;
- при размораживании – готовые к употреблению.

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Замороженные овощи, фрукты и ягоды

Ожидаемые марочные ассоциации:

- соответствие цвету натуральных свежих овощей и фруктов;
- соответствие вкусу свежих овощей фруктов и ягод;
- овощи предварительно вымыты, обработаны (пастеризованы) и очищены;
- продукт, в определенных случаях (крупные овощи и фрукты), нарезан (например, капуста, кабачки, картофель);
- продукт относительно свежий, не испорченный;
- продукт не подвергался повторной заморозке;
- овощи твердые и рассыпчатые;
- отсутствие консервантов и красителей;
- невысокая калорийность продукта;
- упаковка (если есть) непрозрачная, с изображением и описанием входящих в состав овощей;
- наименование товара;
- возможность долго хранить продукт;
- лёгкость приготовления для употребления;
- различные виды смесей и ассорти (фруктовых, овощных, ягодных);
- удобство последующего приготовления.

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Замороженные овощи, фрукты и ягоды

Дополнительные марочные ассоциации:

- вариации форм продажи (пакетированная, разновесная);
- разнообразие пакетированных упаковок (различный размер, а также материал);
- добавление приправ и специй, а также других дополняющих ингредиентов (например, брокколи в панировке);
- отдельно прилагаемый в упаковке пакетик с приправами;
- добавление зерновых в смеси (например, риса, бобовых);
- добавление грибов в овощные смеси, а также их отдельная продажа в замороженном виде;
- смеси различных тематик, определённых рецептов (китайская смесь, украинский борщ и так далее);
- различные цветовые вариации;

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Замороженные овощи, фрукты и ягоды

Дополнительные марочные ассоциации:

- дополнительные вариации обработки продукта (например, вишня с косточкой/без косточки);
- дополнительные свойства нарезки продукта (шпинат измельченный или цельный, ананас кольцами или кусочками);
- сортировка продукта по его размеру (например, большие грибы и маленькие);
- разнообразие сортов овощей, их цветов (например, перец болгарский, овощной, сладкий, острый, перец трёх цветов: красный, зелёный, жёлтый и так далее);
- напечатанные на упаковке способы приготовления;
- напечатанные на упаковке специальные рецепты;
- новая технология заморозки, сохраняющая больше витаминов.

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Замороженные овощи, фрукты и ягоды

Потенциальные марочные ассоциации:

- новые (экзотические) виды фруктов;
- специальные смеси для приготовления варенья;
- обеспечение сохранности запаха продукта;
- обеспечение сохранности натурального (красивого/аппетитного) вида продукта и последующая продажа в прозрачной упаковке;
- сохранение структуры волокна продукта (например, мягкость или рассыпчатость);
- обеспечение абсолютной обратимости процесса заморозки.

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Ветеринарная клиника

Стержневые марочные ассоциации.

Предприятие, предлагающее ветеринарные услуги для собак, кошек и других домашних животных, выполняющее спектр лабораторно-диагностических исследований, оказывающее различные виды хирургической помощи.

Основные марочные ассоциации:

- наличие персонала с медицинским образованием;
- наличие специального оборудования (например, хирургического), инструментов и медицинских препаратов (например, шприцы или вакцины для прививок);
- услуги по полному медицинскому осмотру специалистом;
- выдачи рекомендаций.

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Ветеринарная клиника

Ожидаемые марочные ассоциации:

- наличие наименования;
- наличие адреса и телефона;
- наличие стола для осмотра пациента;
- наличие аппаратуры, стерилизующей помещение;
- наличие медсестры;
- консультации по уходу за животными;
- наличие комнаты ожидания (помещение для ожидания своей очереди);
- места для сидения в комнате ожидания;
- специальное помещение для проведения хирургических вмешательств;
- наличие ветеринарной лаборатории;
- услуги по кастрации и стерилизации;
- услуги вакцинации;
- услуги по стрижке когтей;
- услуги по гигиенической стрижке (плановое удаление волос из ушей, выстригание волос на стопе животного, стрижка под хвостом);
- техническая оснащённость ветеринарной клиники (например, возможность таких процедур как рентген, УЗИ, ЭКГ, проведения хирургического вмешательства на территории клиники).

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Ветеринарная клиника

Дополнительные марочные ассоциации:

- оборудование зала ожидания телевизором;
- отдел по розничной продаже лекарств;
- отдел по розничной продаже зоотоваров;
- одноразовые накидки на стол для осмотра и лечения пациентов;
- круглосуточное время работы;
- возможность вызова специалиста на дом;
- консультации специалистов клиники по телефону;
- стационар для животных (до- и послеоперационное наблюдение тяжёлых пациентов);
- услуги «скорой помощи» для животных;
- организация случки на территории клиники, услуги по подбору подходящего партнёра
- возможность искусственного осеменения с выездом на дом;
- гомеопатия;

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Ветеринарная клиника

Дополнительные марочные ассоциации:

- приём родов, возможно, на дому, послеродовое ведение новорожденных;
- чипирование (для индикации местоположения животного);
- транспортные услуги (перевозка животных до больницы);
- услуги диетолога с учётом индивидуальных особенностей животного, например, породы;
- стоматология;
- лечение редких домашних животных;
- индивидуальный подход к животному;
- индивидуальный подход к хозяину.

Изучение марочных ассоциаций с товарной категорией

Работа студента. Ветеринарная клиника

Потенциальные марочные ассоциации:

- отслеживание по вживленным чипам текущего состояния здоровья животного (пульс, температура тела, гормональный фон, состав крови) внесение данных в базу, автоматический анализ, автоматическая подача сигнала владельцу и персоналу клиники при обнаружении отклонений;
- анализ ДНК животного для выявления болезней, к которым оно предрасположено.

Удачи!

Можно задавать вопросы