



**MIKHAILOV
& PARTNERS**

COMMUNICATIONS
ADVISORS

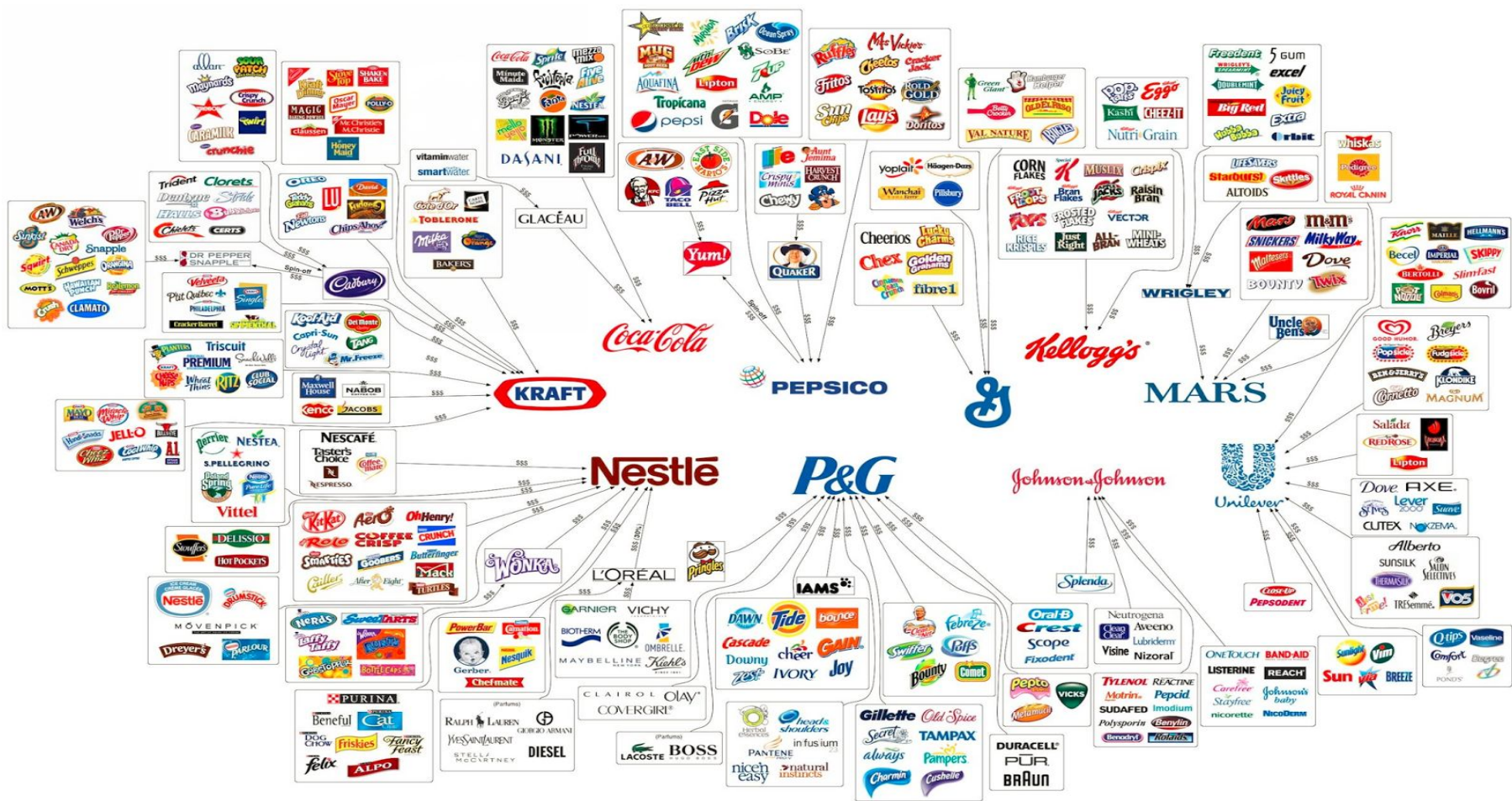
Презентация по материалам курса «Marketing Start» школы BeFirst

18.02.2016

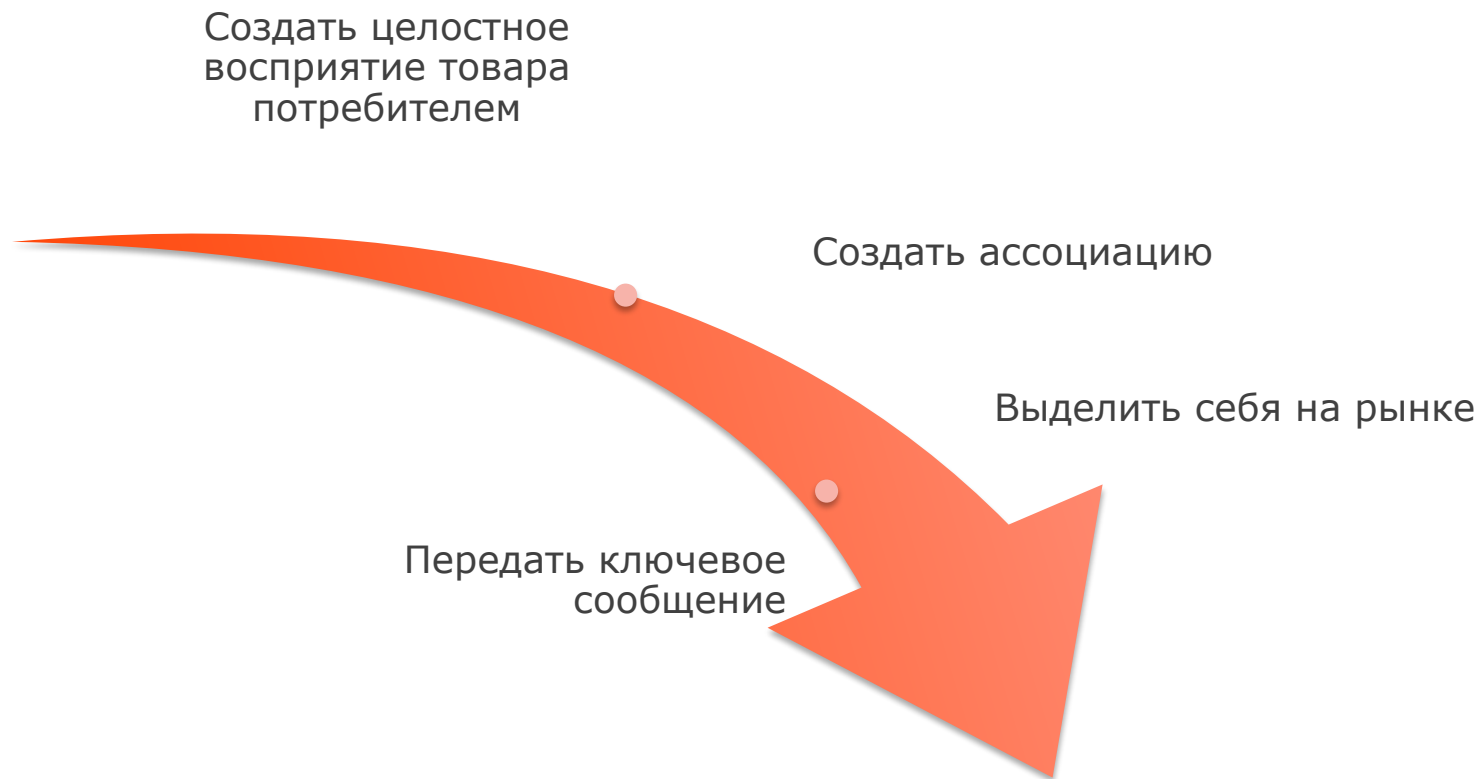


Бренд – что это и зачем нужны бренды

Набор представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик, ассоциируемых с продуктом в сознании потребителя. Ментальная оболочка продукта или услуги. Бренд – явления абстрактное и не является самим продуктом.



Бренд – что это и зачем нужны бренды



Продать больше и дороже

Из чего состоит бренд

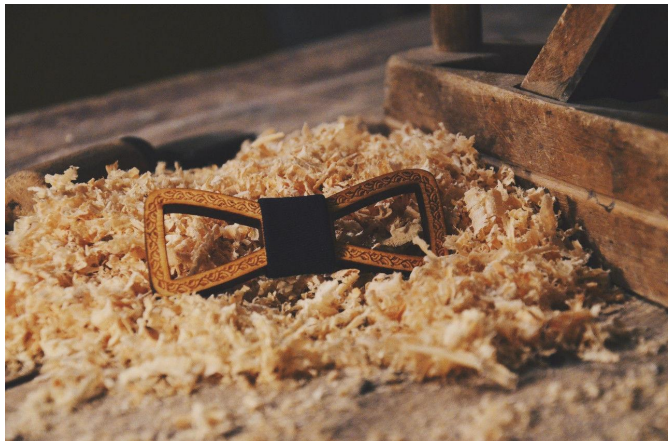


Бренд — это более, чем реклама или маркетинг. Это все, что приходит в голову человеку относительно продукта, когда он видит его логотип или слышит название

Набор восприятий в воображении потребителя



Представим себя бренд-менеджерами!



Исходные данные

Кто мы: мастерская по производству деревянных галстуков-бабочек

Локация: Львов

Продукт: бабочки из разных сортов древесины, с возможностью резьбы и гравировок

Где продаём: два магазинчика во Львове, ярмарки крафтовых вещей. Через сайт и группу вконтакте есть возможность доставки по Украине.

Конкуренты: такие же небольшие мастерские в разных городах Украины.

Наши преимущества: возможность вариативности гравировки, выбора заказчиком дизайна любой сложности. Креативность в создании продукта. Умение разрабатывать индивидуальные макеты для каждого клиента и реализовывать в короткие сроки.

Желаемые характеристики (месседж): с нашей продукцией вы будете выглядеть стильно индивидуально, удивлять и демонстрировать свою оригинальность.

Кто нас покупает: мужчины и женщины до 35 лет. Основная целевая аудитория – студенты. Также представители креативных профессий. Часто покупают «на подарок» и делают заказы на оформление торжеств.

Наши недостатки: отсутствие восприятия нашей продукции у потребителя. Мы не отличаемся от ещё десятка мастерских в глазах потребителя. Не сформирован бренд компании.



Брендинг

Задание брендинга — создать бренд, развить его и сделать популярным, создав позитивное мнение покупателей о товаре и долгосрочную связь с потребителем. В результате проведения правильного брендинга, создаются приятные ассоциации потребителей с вашим товаром. Товар должен ассоциироваться с приятными воспоминаниями, ощущениями, событиями или определенными действиями.

Брендинг состоит из нескольких этапов:

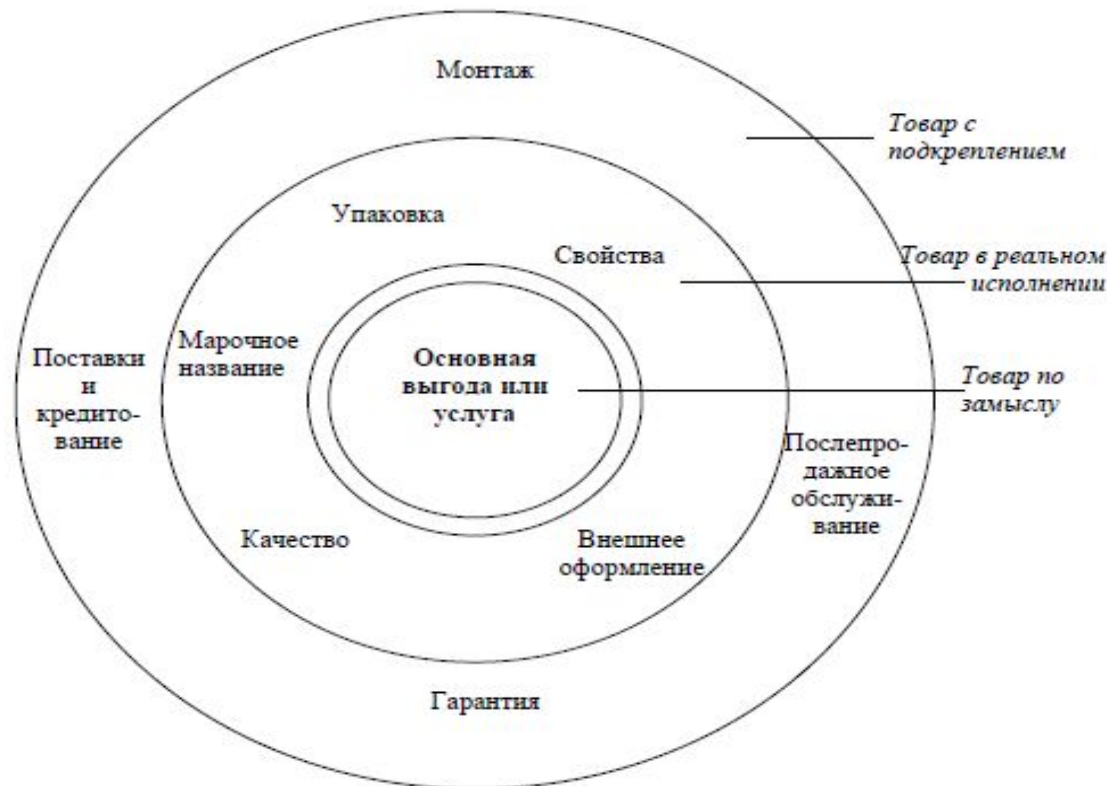
- Исследование области рынка и конкурентного окружения (анализ деятельности конкурентов, постановка целей, желаемых результатов).
- Определение и исследование основной аудитории потребителей (ключевые характеристики, спрос, сознательная и подсознательная мотивация и прочее).
- Разработка коммуникационной платформы (создание концепции позиционирования бренда, его главной идеи, слогана).
- Подготовка потребительского интерфейса (названия торговой марки (нейминг), графического оформления, фирменного стиля, рекламных коммуникаций и т.д.).
- Создание брендбука (разработка рекомендаций по использованию бренда).

Уровни продукта

Основной продукт - ключевая нематериальная причина покупки товара. Что покупатель приобретает?

Материальный продукт, или продукт в реальном исполнении – характеристики, качественный уровень, дизайн, упаковка.

Сопутствующий продукт, продукт с подкреплением – доставка, консультации, тех. обслуживание.ю страховка, обучение и др.



Основной продукт

Что покупают наши потребители?

Стиль и индивидуальность



Материальный продукт

Бабочки из разных сортов древесины, с возможностью резьбы и гравировок.



Сопутствующий продукт, продукт с подкреплением

- Возможность клиента самостоятельно выбрать резьбу и гравировку. Индивидуальный заказ
- Выбор ткани
- Платочек в подарок
- Стильная упаковка
- Консультация с мастером
- Выполнение срочного заказа
- Доставка в разные города Украины
- Скидки на оптовый заказ
- Участие в акциях группы в соц. сетях
- Возможность самостоятельно приехать на мастер класс и изготовить свою бабочку.
- Подарочная упаковка
- Легкость и вариативность в системе оплаты

Нейминг

Нейминг – это разработка названия для компании или торговой марки. За столь простым определением на самом деле стоит сложный процесс, который включает в себя кропотливую аналитическую работу и креативный подход.

Задачи имени:

- сделать бренд узнаваемым;
- повысить популярность продвигаемого объекта;
- активно привлекать целевого потребителя;
- содействовать формированию желаемого имиджа;
- выгодно выделять бренд из общей массы конкурентов;
- способствовать рекламе, а также, являться самостоятельным инструментом маркетингового продвижения.

Требования к неймингу

- максимально отражает суть и специфику бренда;
- легко запоминается;
- свободно произносится;
- не вызывает затруднений в написании;
- соответствует интересам целевого потребителя;
- ассоциируется с брендом;
- вызывает положительные эмоции;
- не имеет созвучных (схожих) названий среди известных и конкурирующих торговых знаков.

Примеры нейминга украинских крафтшопов по производству деревянных бабочек

- BowTie
- Bow Tie House
- Woodton
- Зробив Тато
- AGE
- BUDDY
- Cho (бабочка на японском)
- Voodoo
- Boorantino
- Wood made
- WorldWood
- TwinsWood
- Эффект бабочки

Дерево, стиль, уникальность, индивидуальность, бабочка, галстук, креативность, подарок, изящество, неповторимость, хипстер, резьба, гравировка, мастерство, крафт, хэндмейд, качество, оригинальность, красота....

IndiWoodual -> Individual+Wood -> IndiWood



Слоган

Слоган – лаконичная, легко запоминающаяся фраза, выражающая суть рекламного сообщения

- Твій файний дерев`яний метелик
- Hand Made
- Made with love
- Handmade Siberian Love
- **Wood You be the One?**



Слоган и логотип



Just do it!



Попробуй
радугу на
вкус



I`m lovin` it

NOKIA
Connecting People

Connecting
people



Think
different

Canon

You can
Canon



Есть идея –
есть IKEA!



Не тормози –
сникерсни!



Ваша киска
купила бы
Whiskas



Найдется
всё

L'ORÉAL®

Because
you're worth
it



It Gives You
Wiiings

Упаковка

- Транспортировка, доставка
- Ассоциация с крафтом
- Оригинальность, уникальность
- Слоган на упаковке
- Не удорожать – наша основная ЦА не лакшери сегмент
- Подарочный вариант

