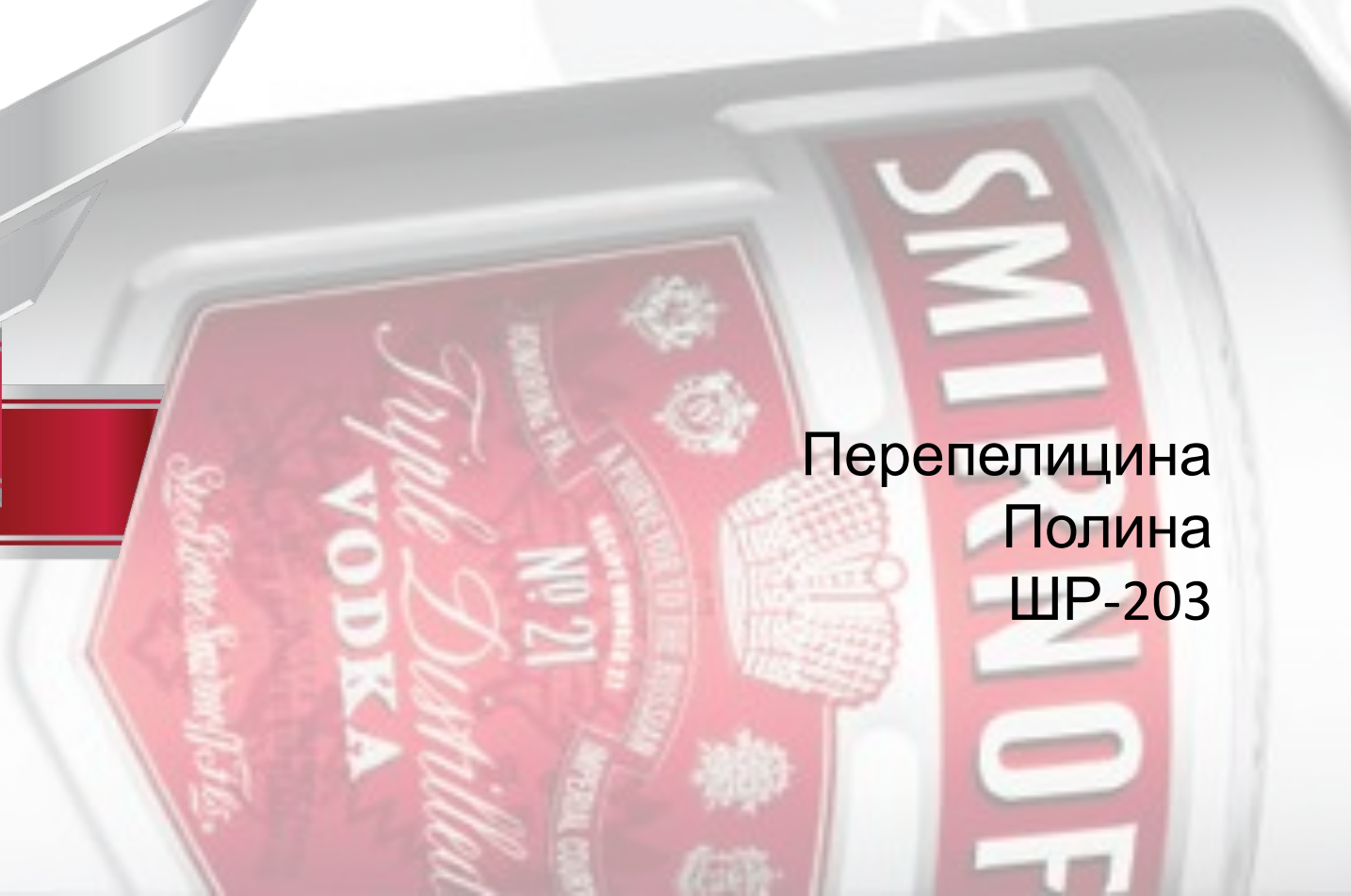


# История продвижения мировых брендов



SMIRNOFF®

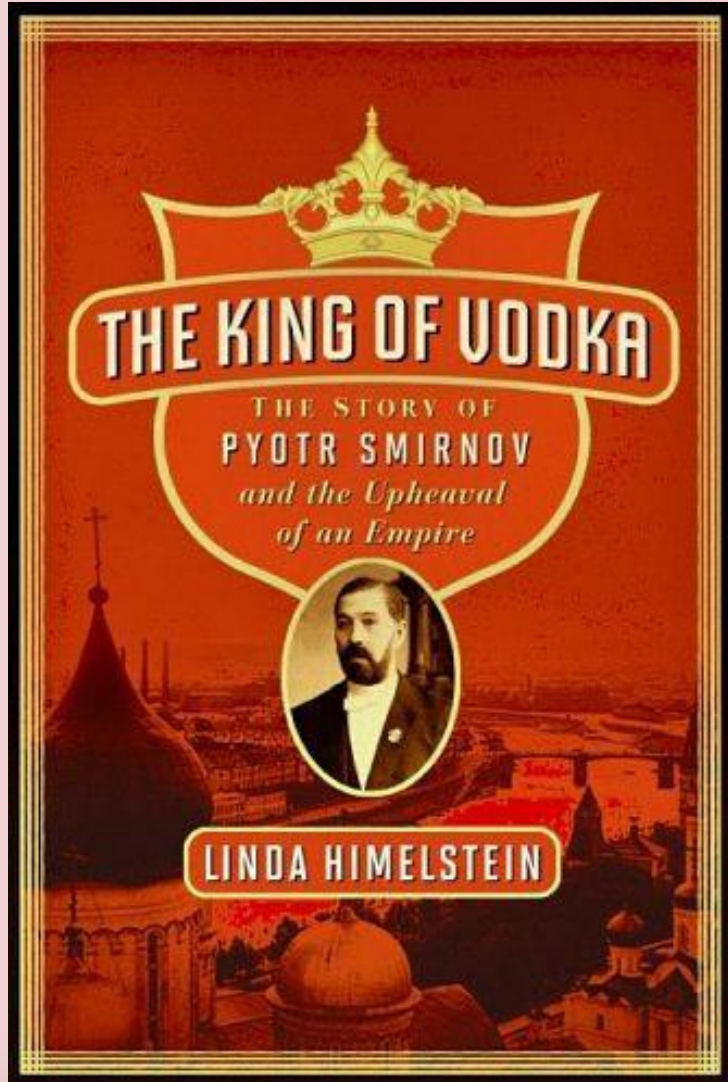


Перепелицина  
Полина  
ШР-203

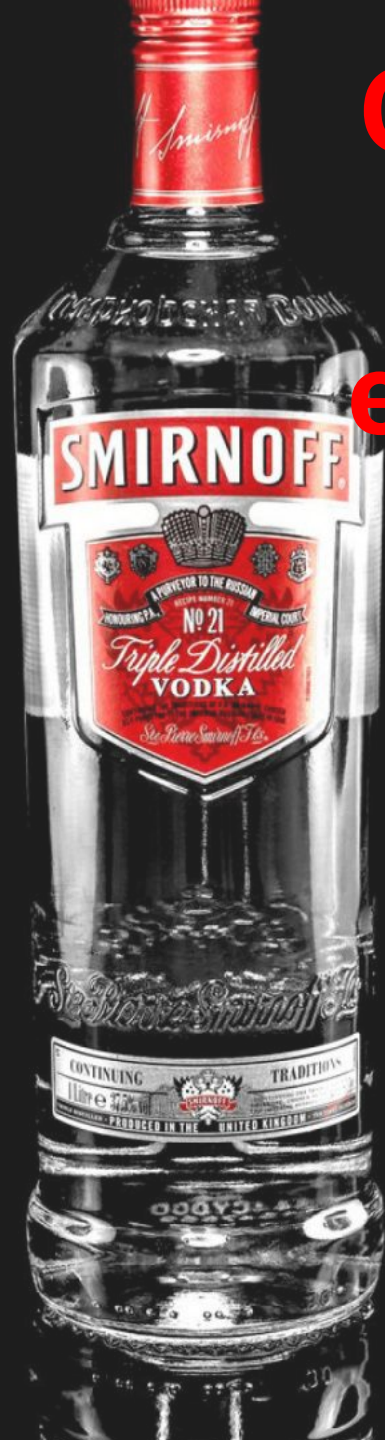
# История возникновения бренда Smirnoff

Петр Арсеньевич Смирнов основал спиртоводочный завод в Москве в 1863 г., под торговым названием П. А. Смирнов. После смерти Петра Смирнова семейное дело продолжил один из его сыновей - Владимир.

В 1917 г. завод Смирновых стал собственностью государства. Владимир Петрович уехал из России пытаясь за границей возродить бизнес, но тогда миру такой напиток как водка не был знаком. Он продал Рудольфу Кюнетту эксклюзивную права и лицензию на производство и распространение всех алкогольных напитков компании на территории США, Канады и Мексики. Потом производством занималась американская компания Heublein, а в настоящее время является







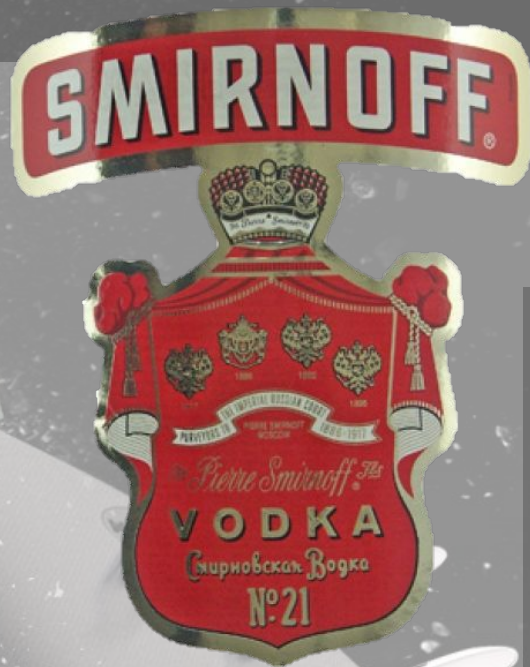
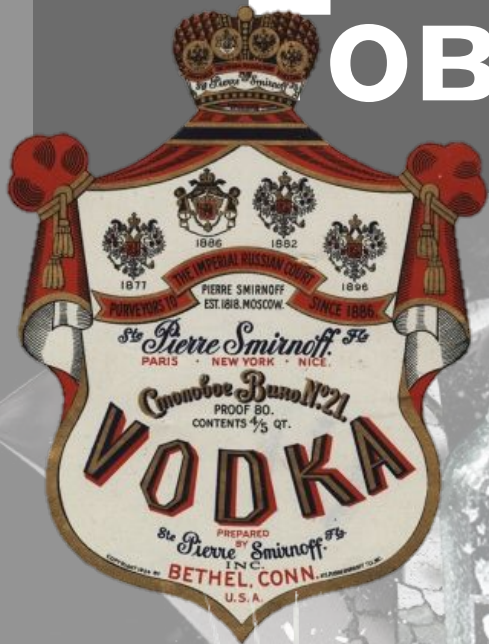
# Смысл названия и история его возникновения



Название бренда связано с фамилией семьи основателя – Арсением Смирновым. Когда права на этот продукт были проданы американской компании название перевели с русского как SMIRNOFF. За всю долгую историю бренда ни разу название не менялось, т к оно отображает связь с русской культурой.



# Товарный знак и логотип



Среди многообразия логотипов производитель не изменил фирменный шрифт, которым написано название напитка.

Все логотипы выполнены в одной цветовой гамме –

красно-белой.





# Целевая аудитория продукта

Когда Пётр Смирнов только открыл производство водки, она выделялась отличным качеством и стала вскоре пользоваться авторитетом среди вышестоящей публики. Александр III незамедлительно назначил Смирновых единственными поставщиками императорского двора.

На данный момент напиток не изменил своей целевой аудитории и до сих пор бренд Smirnoff ассоциируется у покупателей с богемным образом жизни, хорошими манерами, "вращением в высших сферах", респектабельностью, обеспеченностью.



# Основная идея в продвижении компании



Основная идея в продвижении заключается в том, что вся концепция бренда Smirnoff ориентирована на русскую культуру. Постоянно указывается что напиток имеет русские корни, это показатель качества который хочет передать производитель аудитории. Несколько раз, например, выпускалась водка в чехле в форме





# Продвижение



Smirnoff Caipiroska - A garrafa para descascar.

Удачным примером упаковки может являться продукт Smirnoff с различными фруктовыми вкусами. Была разработана своеобразная «кожица» – обертка, имитирующая кожуру плода, в частности,

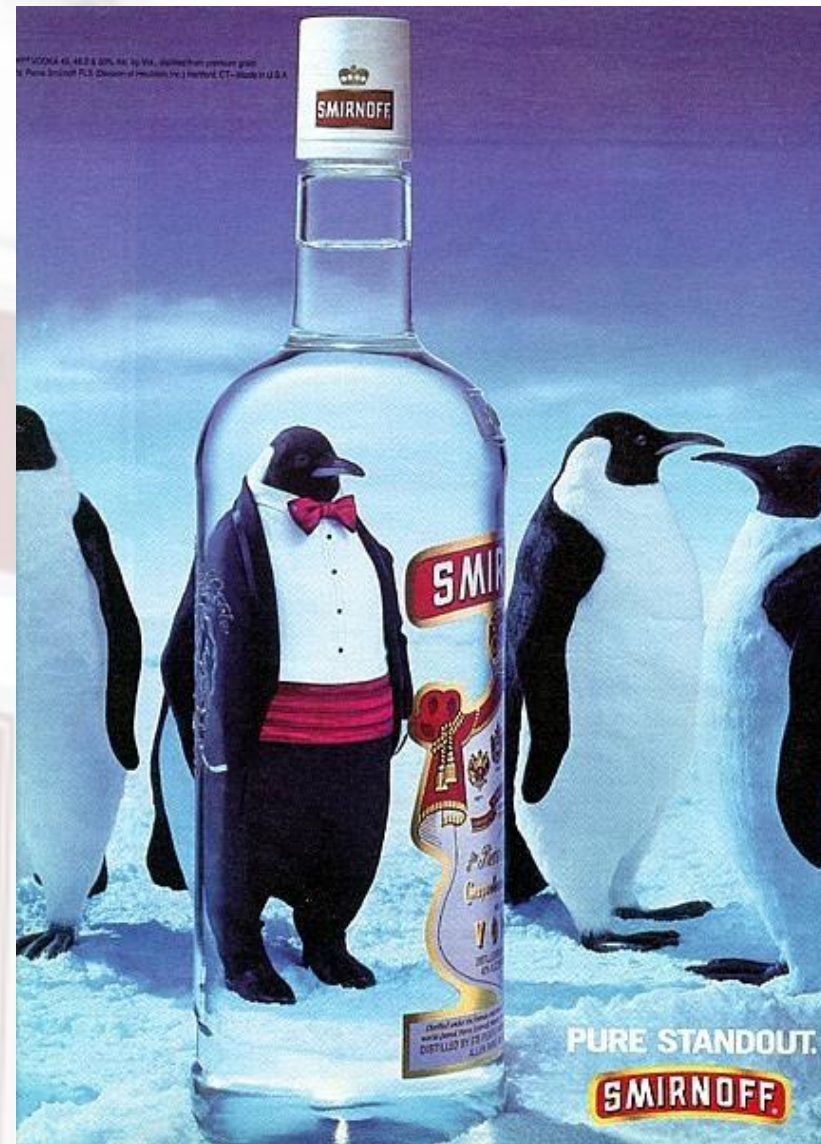


Привлечение знаменитостей. А также организация танцевального конкурса в сотрудничестве с певицей. «Smirnoff Nightlife Exchange» (Биржа ночной жизни)





Привлечение исторических личностей. В данном случае Че Гевары.



Креативная печатная реклама.



На мой взгляд главной причиной такого успеха бренда Smirnoff является неизменность старым традициям этого продукта. Несмотря на то, что производитель этого алкогольного напитка выпустил огромное количество водочных напитков разного вкуса, вида и так далее, сам алкоголь остался хорошего качества, остался неизменившимся логотип, название и самое главное не потерялась связь с русскими корнями этого продукта.

