

ПРАВИЛА



1. Тишина
2. Активность
3. Правило поднятой руки
4. Телефоны на беззвучный режим
5. Выходы только во время перерыва

Напишите фразу:

«Я сделаю из своей компании бренд»



Олеся Пасхина

[instagram.com/olesyapaskhina_](https://www.instagram.com/olesyapaskhina_)

[facebook.com/olesyapaskhina](https://www.facebook.com/olesyapaskhina)



#likebz likecentre.org



Олеся Пасхина

Разработка бренда компании

- Опыт работы **более 9 лет**
- Работа в ведущих **международных рекламных агентствах** в качестве директора по работе с клиентами
BBDO Group
Progression Group

Работа с такими корпорациями как...

www.sostav.ru/publication/rostelekom-provel-masshtabnyj-rebranding-i-obyavil-o-repozitsionirovanii

Sostav

НОВОСТИ СПЕЦПРОЕКТЫ РЕЙТИНГИ КАТАЛОГ КОМПАНИЙ

КРЕАТИВ | БРЕНДИНГ

25.09.2018

«Ростелеком» провел масштабный ребрендинг и объявил о репозиционировании

Многоцветность и новый подход к бизнесу – основные черты обновленного «Ростелеком»



«Ростелеком» заявил о новом позиционировании и ребрендинге, презентовал новые цифровые сервисы и тарифные линейки, которые учитывают изменение рынка и приоритеты компании.

Репозиционирование бренда

Действующая стратегия «Ростелекома» предусматривает цифровую трансформацию из оператора услуг связи в ИТ-компанию, которая предоставляет цифровые сервисы для людей, бизнеса и государства.

«Ростелеком» — это уже не «телефонная компания», как её до сих пор воспринимают многие, и даже не просто провайдер интернета.





Олеся Пасхина

Мои компетенции

- Разработка стратегии позиционирования компании
- Разработка концепции бренда
- Нэйминг, слоган
- Визуальная айдентика

Почему я этим занимаюсь и во что я
верю

В первый месяц выручка моей компании
составила 900 тыс руб

Без сильного бренда компании вы:

Не привлечете инвестиции

Не масштабируетесь

Не привлечете франчази - партнеров

Не продадите компанию за дорого

Останетесь ИП «Пупкин»

Закроетесь

Не пройдете «долину смерти»

Чтобы этого не было, запомните ЭТИХ
трех слонов:

Концепция бренда
Качество продукта
Клиентский сервис

А что для вас бренд компании?

Сильный бренд компании – это:

Это инвестиции на будущее в свою компанию

Капитализация

Добавленная стоимость при продаже франшизы

Добавленная стоимость при продаже компании

Повышение узнаваемости

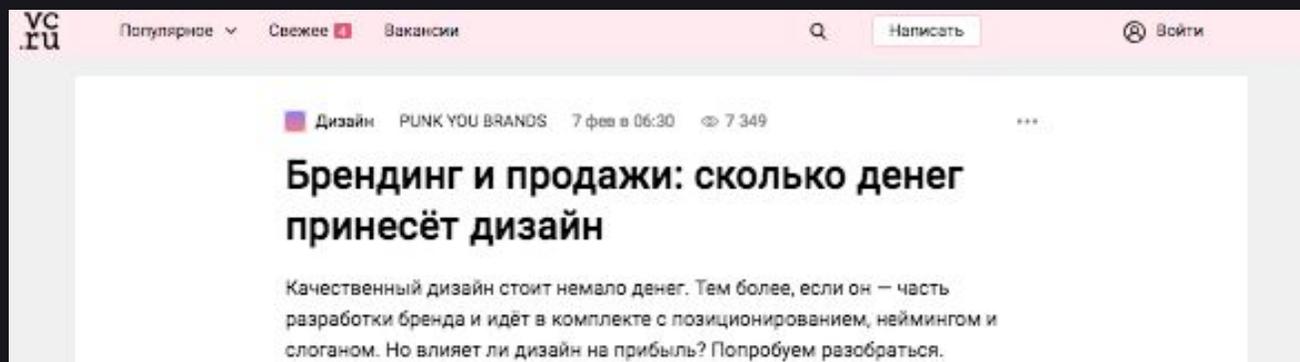
Отстройка от конкурентов

Увеличение продаж

Четкое понимание того, что вы транслируете

аудитории

Подтверждение



Nearly **three-quarters** of companies have improved product quality with design.

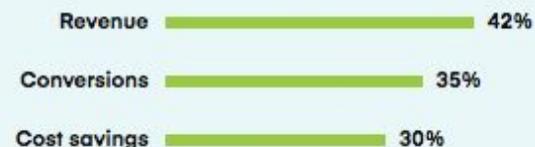
Product quality



Operational efficiency



Business profitability



Market position



Based on 2,229 respondents



Плохие примеры – разборы от Артемия Лебедева

Бренд – это первая точка касания с клиентом

Хороший пример



Братья Чебурашкины
Семейная ферма

Упражнение 1

Анализ вашей текущей ситуации

Напишите:

1. Свою нишу
2. Стоимость услуг/продуктов
3. ЦА

и никому не показывайте

Делимся на команды по 5 чел

Важно, чтобы у одного из команды был бизнес

И показываем каждому участнику команды носители своего бренда

	Участник 1	Участник 2	Участник 3	Участник 4	Участник 5
Ниша	1	0			
Цена					
ЦА					

Анализируем

Те у кого совпало – красавчики

Те у кого нет, возможно, вы тратите деньги на маркетинг, а они улетают в трубу

Кейс конвеер (какими пришли, какими могли быть, если бы не обратились, как разрабатывали, к чему пришли)

Дать таблицу – сочетание цветов и шрифтов в зависимости от ниши – еда, образование..

Упражнение 2

Что самое важное в построении бренда ?

Миссия

Примеры Миссии apple и samsung

Составляем миссию по формуле

Зачем + Как + Что

Пример Apple:

«Мы верим, что можно мыслить по – другому, мы бросаем вызов статусу КВО посредством красивого дизайна и простоты использования. Так вышло, что мы делаем отличные смартфоны».

Публикуем пост в корпоративных носителях информации

В закрепленном сообщении

В описании блога

В статус

В шапку сайта

Упражнение 3

Заполняем бриф для дизайнера

Форма брифа

1. Это компания/ Продукт/ Линейка продуктов
2. История/ Как вы пришли к этой нише/ Почему
3. Какие боли людей вы закрываете своим продуктом?
4. Достоинства
5. Сформулированное уникальное торговое предложение
6. Ссылки на сайт, соц сети
7. Полный перечень услуг
8. Цена
9. Как давно на рынке
10. География
11. Стратегия масштабирования
12. Целевая аудитория (как минимум, пол, возраст, достаток, род деятельности, где проводят время)

Форма брифа

13. Есть ли инсайты от целевой аудитории о данном виде услуг?
14. Конкуренты прямые с примерами и ссылками
15. Ваши преимущества
16. Ваши боли/ проблемы, с которыми вы сталкиваетесь при продаже своего продукта / оказании своих услуг?

17. Что нужно сделать «подрядчику»

18. На что должна раскладываться разработанная концепция вашей компании /перечислите все материалы и носители (пример -сайт, соц сети, визитки, вывеска, интерьер, упаковки и количество)

19. Любые ассоциации, связанные с вашим продуктом
20. Есть ли то, что вас вдохновляет (образ жизни, бренды, люди, картина в голове) в преломлении к вашему продукту?
21. Если есть, что добавить, прикрепить файлы, презентации

Список ресурсов для публикации брифа

Workzilla

YesJob

YouDo

Пример с workzilla или смысловые блоки

Как определить хорошего дизайнера

Личный бренд и бренд компании разделяем

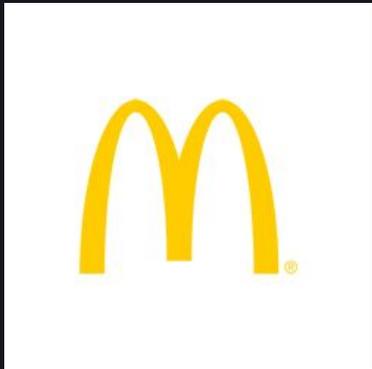
Бренд компании – это B2C сектор –
маникюр, колготки...

Лайфхак из моей работы

Хороший бренд компании стоит дорого и как его окупить:

1. Занести в фин модель
2. Зашить в стоимость услуг
3. Занести в стоимость франшизы

Методология разработки платформы бренда



Бренд —
это не только для крупных
корпораций

Это, в первую очередь, для
вас!

Оставьте обратную связь





Олеся Пасхина

[instagram.com/olesyapaskhina_](https://www.instagram.com/olesyapaskhina_)

[facebook.com/olesyapaskhina](https://www.facebook.com/olesyapaskhina)



#likebz likecentre.org

Бонус

1. РАЗМЕСТИТЕ МИССИЮ СВОЕЙ КОМПАНИИ В STORIES В INSTAGRAM СЕГОДНЯ ДО 14.00
2. ХЭШТЕГ #ПРАКТИКА #МОЯКОМПАНИЯБРЕНД
3. УПОМЯНИТЕ МЕНЯ @OLESYAPASKHINA_
4. ПОБЕДИТЕЛЮ ИССЛЕДОВАНИЕ ПО ТРЕНДАМ В ДИЗАЙНЕ 2019



ПЕРЕРЫВ

#likebz likecentre.org