

Разработка брендоспособной торговой марки для лабораторно- промышленного сушильного шкафа



Выполнила:
Рожкова Анна,
М-МиБ-15

Продукт

Лабораторный сушильный шкаф — это специальное оборудование для просушивания, тепловой обработки, прокаливания, подогрева, старения, термического тестирования, стерилизации в воздушной среде различных лабораторных инструментов и посуды.



Текущая позиция

Инфо от потребителей	Текущее восприятие товара конкурента №1 (Урал-электропечь)	Текущее восприятие товара конкурента №2 (Снол)
	Известны давно	Широкий модельный ряд
	Устареваящее управление	С большим опытом
	Широкий модельный ряд	Слишком простой базовый функционал
	Долгий срок службы	
	Дизайн советский	Зарубежный производитель
Инфо на сайтах/ в рекламе	15 лет на рынке	Признание на рынках Европы и Азии
	Широкий модельный ряд	Российские и евро-стандарты, сертификация
	Ведущее предприятие в Уральском регионе по производству пром. электропечей	Надежность
		Успешный
Известный бренд, работающий над модельным рядом, но не обновляющий функционал и внешний вид	Широкоизвестный зарубежный производитель, имеющий опыт и признание	

Драйверы рынка

Свойства товара на рынке	Рын св-ва	Св-ва товара компании	Св-ва конкурентов	Св-ва от потребит	Потребности
Точность регулирования t°	+	+	+	+	Выполнение нужной степени термообработки
Умение нагревать по требуемому алгоритму	+	+	+	+	Выполнение сверхточных операций без вмешательств
Умение исполнять программу	+	+	+	+	Последовательное выполнение операций без вмешательств
Равномерное распределение тепла по всему объему		+	+	+	Отсутствие некачественных образцов/брака
Возможность регистрировать/архивировать данные		+	*	+	Упрощение в ведении отчета, сбора данных
Возможность получать уведомление о выполнении программы		+			
Отсутствие инерционной отдачи тепла		+			
Не высокое энергопотребление		+			

Точка дифференциации

№ 1

Новая суб-категория

Варианты улучшения	Как может звучать B1	Как может звучать B2	Может ли быть точкой дифф
Внедрение системы оповещений о выполнении программы для лаборантки (SMS)	Не просто печь, а печь, про которую Вы не забудете	Первая печь, которая с Вами общается	да
Внедрение системы контроля о выполнении работы для зав. лаборантами (e-mail)	Не просто печь, а печь, которая поможет контролировать работу на расстоянии	Первая печь, которая даст Вам нужный отчет	да
Отсутствие инерционной отдачи тепла	Не просто нагревающая печь, а печь, заботящаяся	Первая печь, которая не позволит Вам обжечься	да

Точка дифференциации

№ 2

Лидерство в решении проблемы

Потребности и проблемы	Решают ли проблему текущие игроки	Возможно ли лидерство	Может ли быть точкой дифф
Ведение отчета, сбора данных, архивация	-	да	да
Последовательно е выполнение операций без вмешательств	да	-	-
Тотальный контроль происходящего (на экране контроллера)	-	да	да

Точка дифференциации

№ 3

Создание противоположного образа

Восприятие и свойства конкурентов	Противоположность	Привлекательно ли для целевой аудитории	Может ли быть точкой дифф
Устаревший дизайн	Современный дизайн	да	да
Широкий модельный ряд	Узкий модельный ряд	-	-
Узкий базовый функционал	Расширенный базовый функционал	да	да
Известный	Малоизвестный	-	-
Устаревающее/самое простое управление (контролер)	Современный контролер	да	да
С большим опытом	Неопытный	-	-
Долговечный	Быстро ломающийся	-	-
Зарубежный	Российский	да	да
Надежный	Ненадежный	-	-
Сертифицированный	Несертифицированн	-	-

Точка дифференциации

№ 4

Противопоставление конкуренту

Восприятие и свойства конкурентов	Противоположность	Привлекательно ли для целевой аудитор	Может ли быть точкой дифф
Очень долгий срок поставки (120 дней)	Быстрая поставка (30 дней)	да	да
Долгий срок поставки комплектующих (90)	Быстрая поставка комплектующих (30 дней)	да	да
Электронный черно-белый контролер	Программируемый цветной контролер с тачскрином	да	да
Место в камере под 5 полок	Место в камере под 7 полок	-	-

Точка дифференциации

№ 5

Заметность по ситуации использования

Возникновение потребности	Могут ли конкуренты решить потребность лучшим образом	Может ли быть точкой дифф
Покупка организацией с очень лимитированным бюджетом	-	да

Точка дифференциации

№ 6

Лидерство по обязательным свойствам

Рыночные свойства	Будет ли ценным для потребителя, если продукт будет выполнять это свойство лучше всех	Существует ли товар, реализующий это свойство лучше всех	Может ли быть точкой дифф
Умение исполнять программу	да (кол-во программ больше, чем у конкурентов)	-	да
Точность регулирования t	да	да	-
Умение нагревать по требуемому алгоритму	да	да	-

Точка дифференциации

№ 7

Отличительные характеристики

Уникальные свойства	Обладают ли ценностью для целевой аудитории	Может ли быть точкой дифф
Возможность регистрации/архивации данных	да	да
Возможность получать уведомления о выполнении программы	да	да
Отсутствие инерционной отдачи тепла	да	да
Не высокое энергопотребление	-	-
Отображение на дисплее всей необходимой инфо	да	да
Цветной дисплей + тачскрин	-	-

Карта позиционирования

№ 1

Высокая
цена

УЭП

Snol

Memm
ert

Binde

Низкое
качество

Высокое
качество

Низкая
цена

Лидерство в соотношении
цена-качество: высшее качество
по доступной цене

№ 2

Высокая
цена

Binde

Memm
ert

Snol

УЭП

Очень
ограничен.
функционал в
базовой
модели

Расширен.
функц-л
в базовой
модели

Низкая
цена

Единственная печь, имеющая
широкий функционал
за доступные деньги

Карта позиционирования

№ 3

**Дизайн, большое
удовольствие
при работе**

Binder

**Низкое
удобство
в работе**

Snol

УЭП

**Высокое
удобство
в работе**

**Дизайн, отсутствие
удовольствия
при работе**

Удобство и удовольствие при
работе
уже в базовой модели

№ 4

**Быстрая поставка
печи**

**Долгая
поставка
комплектую
щих**

**Быстрая
поставка
комплектую
щих**

Snol

Binder

УЭП

**Долгая поставка
печи**

Самый быстрый в поставках

Оценка вариантов

Концепция позиционирования	Доверие	Однозначность	Долгосрочность	Уникальность	Запоминаемость	Подчеркивает свойства продукта	Отвечает потребностям ЦА	Суммарный балл
Цена+качество	2	2	3	3	3	2	2	17
Функционал + цена	2	2	3	3	3	3	3	19
Удобный+приятный	3	2	3	3	2	2	2	17
Быстрые поставки	2	1	1	3	1	1	1	10

Целевой рынок

Сушильные шкафы находят широкое применение в фармацевтических, химических, геофизических, металлургических лабораториях, а так же в образовательных и медицинских учреждениях. Например,

- Санэпидемстанции
- Центры гигиены и эпидемиологии
- Институты (в том числе исследовательские)
- Заводские лаборатории
- Военные заводы (типа Росатом)
- Больницы

Стратегия позиционирования

Географические критерии	Расположение в городах любой величины по всей России / национальный рынок
Социально-демографические	Взрослое население (25 лет и выше), со средним или низким уровнем дохода, высшим образованием (технические специалисты)
Поведенческие	Люди, покупающие продукт по необходимости малое количество раз (1-2 раза) и не на свои деньги
Психографические	Консерваторы или традиционалисты, не способны в полной мере повлиять на выделение бюджета на продукт, но сами делают выбор в пользу того или иного продукта
Платежеспособность бизнеса	Эконом сегмент и эконом++
Круг лиц, влияющий на выбор товара	Все сотрудники лаборатории
Ожидание от покупки	Работающий качественно товар, удобный в использовании

<p>Точки дифференциации и</p>	<p>В отличие от всех товаров, наш продукт в базовой модели предлагает расширенный функционал по доступной по цене для удобной и приятной работы</p>
<p>Аргументация</p>	<p>Товар изготовлен на качественном оборудовании, при сотрудничестве с поставщиками и оснащен современными комплектующими, произведенными в соответствии с</p>
<p>Суть</p>	<p>прогрессом техники Наша компания предлагает уникальное предложение на рынке сушильных шкафов: высококачественный продукт с улучшенным функционалом по доступным ценам (базовая модель), что делает работу очень удобной и удивительно приятной.</p>

Бренд-платформа

- **Суть бренда** - доступный по цене инновационный сушильный шкаф для российских лабораторий, обеспечивающий эффективный и качественный комплексный результат
- **Миссия** – содействовать улучшению качества услуг, связанных с медицинскими и лабораторными опытными процессами на предприятиях и учреждениях российской федерации

- **Преимущества** - возможность регистрации/архивации данных, интерактивность, современный улучшенный дисплей, удобство и удовольствие при работе
- **Ценности** - качество, удобство, эффективность работы
- **Индивидуальность** – отзывчивая, внимательная, надежная
- **Принципы** - инновационность, доступность
- **Атрибуты** - отличная разработка технологии, высокие эксплуатационные качества, интуитивный интерфейс



Варианты нейминга:

- Easy
- Smarty

Слоган

- Co smarty работа гораздо проще
- Инновации доступные вам

Конкуренты

Уралэлектропечь

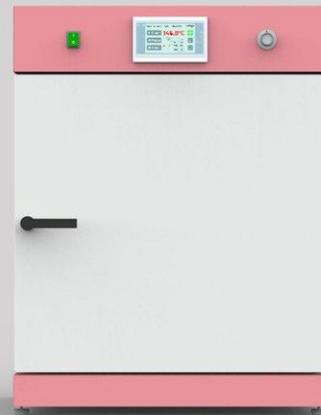


SNOL



Binder





Smarty 11:36 31.03.2016  **CROWN**
ТЕХНО

Программа **26,4°C** 

Ручное задание T°C 

Настройка 



Easy 11:36 31.03.2016  **CROWN**
ТЕХНО

Программа **26,4°C** 

Ручное задание T°C 

Настройка 



Инструменты, которые можно активно использовать в коммуникациях на рынке лабораторного оборудования, подразделяются условно на:

- - B2B-медиа (каталог, сайт, публикации в журналах и других изданиях, в том числе электронных) ;
- - B2B-события (выставки, конференции, презентации, ярмарки и т.д.).

Средства прямого и косвенного воздействия, эффективные на рынке лабораторного оборудования



Цели инструментов коммуникации

Инструмент коммуникации	Цель
Каталог	Наглядное информирование о товарах/услугах компании
Интернет-ресурсы	Информирование, презентация, укрепление доверия
Печатные издания	Информирование, укрепление доверия
Специальные мероприятия (ярмарки, выставки, конференции, презентации)	Привлечение новых клиентов (первый реальный контакт с ними), информирование и наглядная презентация, обратная связь, поддержание имиджа и отношений с существующими клиентами
Директ-маркетинговые рассылки	Расширение клиентской базы

Компании ООО «Краун Техно» предлагаются следующие рекомендации по продвижению бренда на рынок:

- необходимо активное участие во всевозможных специализированных мероприятиях (выставках, конференциях, презентациях);
- подготовка раздаточного материала (для распространения во время конференций), а также видео-ролика «инновации в действии» (для демонстрации во время выставок);
- разработка качественного и понятного сайта с представленными на нем отзывами и видео-роликами;
- публикации в печатных и электронных изданиях.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!