

# ТЕОРИЯ БРЕНДИНГА

---

МОДЕЛИ БРЕНД-ОБРАЗОВАНИЯ



# АНАЛИЗ БРЕНДА

Название бренда: НАША РЯБА

Дата основания: 25.12.2001 г

Слоган: «ТМ Наша Ряба - эксперт по заботе»



# АНАЛИЗ ИМЕНИ

---

- в имени бренда использовано народное выражение «ряба», которое хорошо известно потребителям из детской сказки и, в то же время, емко и кратко характеризует форму и конструктивные особенности продукта
- слово «наша» придает экспрессивности и эмоциональности имени, обращаясь, как бы, к каждому потребителю лично и подчеркивая национальную принадлежность бренда
- в целом, имя бренда является кратким и благозвучным, ритмично и легко произносится, хоть и состоит из нескольких слов; отражает суть бренда, товарную категорию, выражает патриотизм, отличается от имен конкурентов, вызывает позитивные ассоциации, соответствует идентичности бренда; легко читается в печатном виде, постановка ударений не вызывает затруднений, имя легко запоминается.

# АНАЛИЗ ЛОГОТИПА

---



- в логотипе используется фирменный блок - комбинация названия и знака
- шрифт является простым и легко читаемым, все буквы - заглавные
- в логотипе используется комбинация из трех цветов - синего (связь с потребителем, чистота, легкость, надежность), красного (стремление к эволюции, успех) и желтого (модный и стильный цвет, символизирует оптимизм)
- в логотипе используется символ торговой марки - куриный гребень
- форма - круглая, удобная для визуального восприятия, не содержит мелких деталей

# АНАЛИЗ СЛОГАНА

---

*ТМ «Наша Ряба» - эксперт по заботе!*

- выражает отношение бренда к потребителю
- подчеркивает заботу о клиенте и профессионализм компании
- высказывает уважение к потребителю
- является кратким и понятным для украинского потребителя
- выражает конкурентное преимущество (экспертность)



# ХАРАКТЕРИСТИКА ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.

Целевая аудитория: женщины 25-45 лет с высшим образованием, живущие в городах и обладающие средним и высоким доходами. Они замужем и воспитывают 1-2 детей. Семья, скорее всего, имеет дачу или участок, часто ездит на природу. Эти женщины сами готовят для всей семьи и самостоятельно покупают продукты, отдавая предпочтение супермаркетам.



# АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМ И СРЕДСТВ РЕКЛАМЫ

## *Реклама в СМИ*

является одним  
из основных  
видов рекламы,  
используемых

для  
позиционирован  
ия бренда  
«Наша Ряба»





# АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМ И СРЕДСТВ РЕКЛАМЫ

## *Наружная реклама*

используются  
бигборды, а  
также,  
брендирование  
транспорта и  
недвижимости





# АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМ И СРЕДСТВ РЕКЛАМЫ

*Промо-акции и программы лояльности*

проводятся регулярно, имеют как локальный, так и общенациональный характер



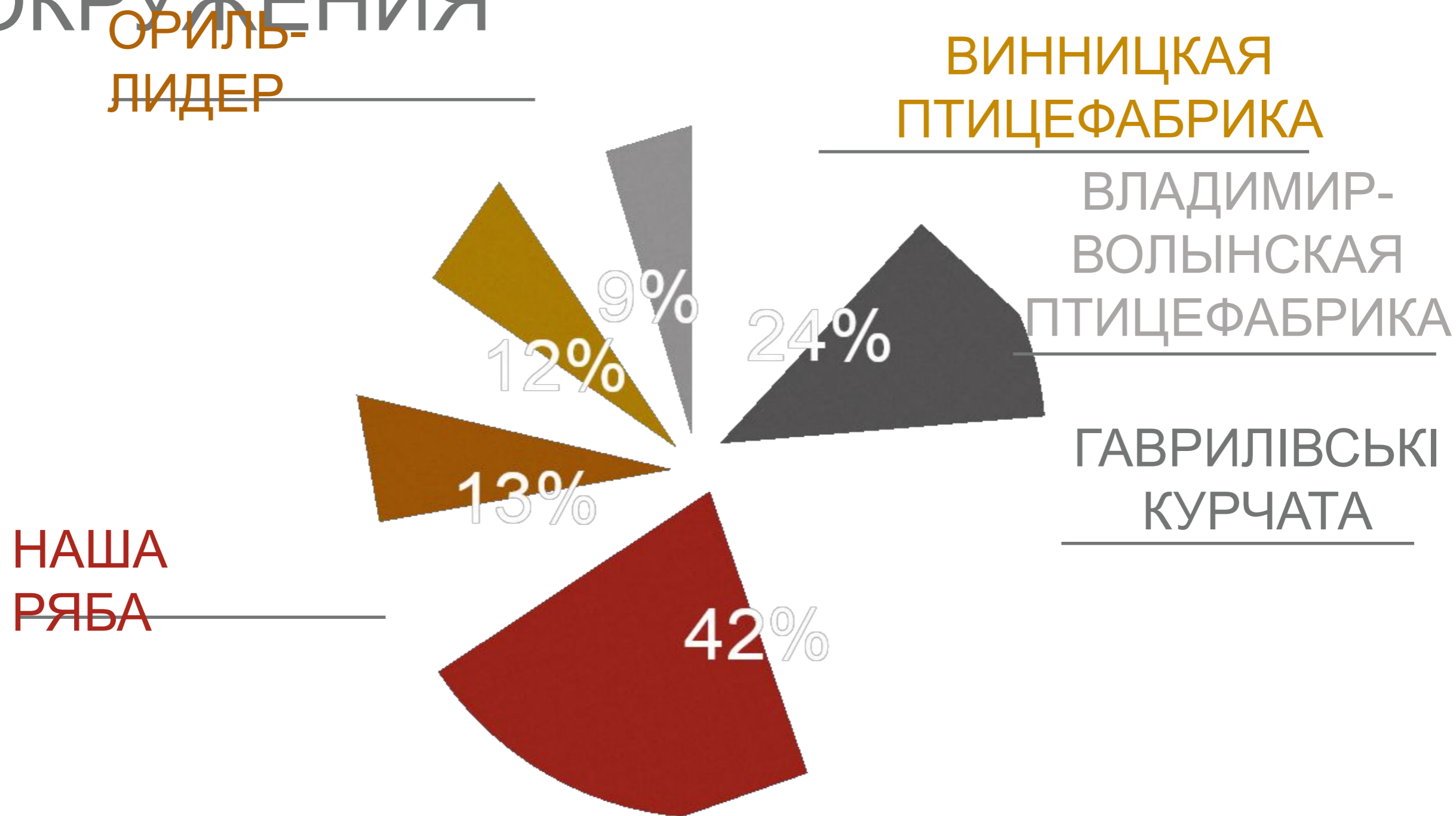
# АНАЛИЗ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ФОРМ И СРЕДСТВ РЕКЛАМЫ

*В апреле 2012-го была  
запущена новая  
маркетинговая  
кампания, которая  
включала спонсорство  
кулинарных шоу  
«Сваты у плиты»,  
«Мастер Шеф» и  
«Младшая кухня»*





# АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОГО ОКРУЖЕНИЯ





Не стесняйтесь быть искренними, не бойтесь говорить о глубоких чувствах любви и заботы, даже если речь идет просто о курятине.

-Наша Ряба