

Коммерческое предложение



Санкт-Петербург, 23 октября 2013

года

Дата	Октябрь	2013
Исполнитель	Брендсон Медиа Групп	Аркадьева Елена



12 лет работы
в области
брендинга
Более 700
успешных проектов

**Сфера
деятельности**

- B2B
- B2C

Ключевые отрасли

- Промышленность,
- Авто-бизнес,
- Энергетика,
- Финансы,
- Консалтинг,
- Девелопмент/строительство
- ,
- Ритейл.



СПИКЕРЫ, УЧАСТНИКИ И ПРИЗЕРЫ ФЕСТИВАЛЕЙ, КОНФЕРЕНЦИЙ, КРУГЛЫХ СТОПОВ

Специалисты компании регулярно принимают участие в крупных российских и международных отраслевых мероприятиях с лекциями, мастер-классами, креативными работами и комплексными проектами.



ПАРТНЕРЫ ВЕДУЩИХ ВУЗОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Агентство реализует теоретические и практические образовательные программы для студентов и выпускников вузов.



**Санкт-Петербургский
государственный
университет**



**Санкт-Петербургский
государственный
университет технологии и
дизайна**



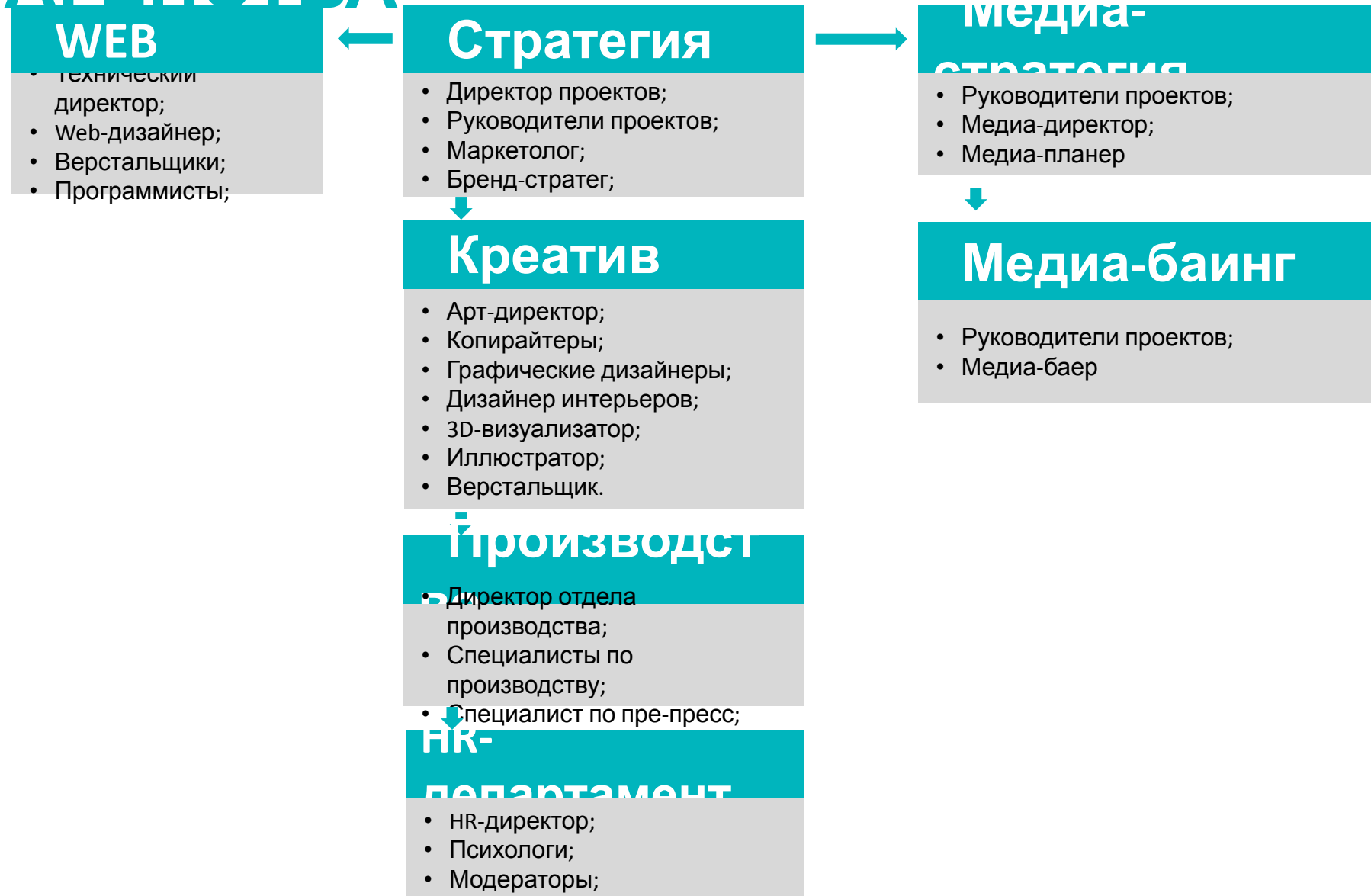
**Санкт-Петербургский
Государственный
политехнический
университет**

Эмоциональный уровень:

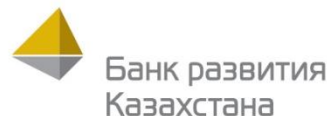


Функциональный уровень:

ПОДРАЗДЕЛЕНИЯ АГЕНСТВА



НАШИ КЛИЕНТЫ – КРУПНЫЕ РОССИЙСКИЕ И МЕЖДУНАРОДНЫЕ КОМПАНИИ



Цели и задачи

РЕБРЕНДИНГ ГРУППЫ КОМПАНИЙ ДИПОЛЬ

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА: провести полнокомплексный ребрендинг компании, который позволит стать компании отраслевым интегратором и поставщиком знаний для предприятий РФ, занять лидирующие позиции на рынке и формировать тенденции развития современной электронной промышленности.

По итогам аудита сформировать уникальное конкурентоспособное торговое предложение компании которое ляжет в основу позиционирования и дальнейшей стратегии развития компании.

- * Благодаря авторской технологии **Brand evolution**, комплексному подходу и применению наработанного **опыта**, мы **оптимизируем стоимость** и **время** реализации проекта.
- Предлагаемый **инструментарий** сокращает издержки, но позволяет предложить высокое **качество**.



ТРЕНДЫ РЫНКА:

- ❑ Радиоэлектроника - самая быстрорастущая отрасль промышленности в мире, в которой реализуется большое число инновационных проектов - темп роста промышленности за последние 30 лет составил в среднем около 8 процентов в год.
- ❑ Увеличивается комплексность (расширение функций, взаимосвязей) решений в радиоэлектронной промышленности, что затрагивает все сегменты рынка - формируются новые продуктовые ниши, существенно меняются требования к продукции, смещаясь в сторону интегрированности.
- ❑ Глобальные тренды, такие как: повышенное внимание к экологии, старение населения и рост внимания к здравоохранению, растущие террористические угрозы и повышенное внимание к безопасности - ведут к активному росту соответствующих ниш профессионального сегмента радиоэлектроники
- ❑ Существенное влияние радиоэлектроника оказывает на развитие современных средств вооружения и военной техники.

РЕБРЕНДИНГ КОМПАНИИ

ТЕКУЩЕЕ ПОЛОЖЕНИЕ:

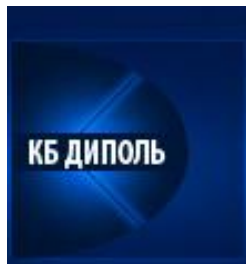
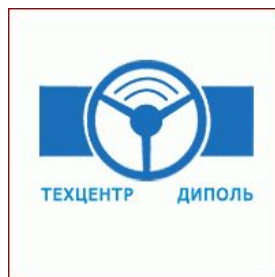
Для успешного развития необходимы:

- ☐ технологическое преимущество,
- ☐ весомые затраты на научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы,
- ☐ географическая близость к конечным потребителям ,
- ☐ компетенции в продажах, интеграции и послепродажном обслуживании,
- ☐ доступ к логистической инфраструктуре,
- ☐ эффективное управление цепочками поставок.



ЛОГОТИП

Логотип — **важнейший элемент** имиджа компании, который служит, в первую очередь, для идентификации компании на рынке, так как логотип — это то, что видит целевая аудитория и то, по чему потенциальный клиент будет судить о компании. **Название в целом является не уникальным и затрудняет отстройку от смежных конкурентов, поэтому ВАЖНО отразить в логотипе уникальность бренда.**



Компьютеры
Комплектующие
Оргтехника



ХАРАКТЕРИСТИКА ЛОГОТИПА

Если рассматривать знак вне сюжета (разряда молнии) то он представляет собой расколотый квадрат

Смотрится не технологично

Логотип не содержит уникальной идеи, в связи с чем плохо запоминается.

Начертание не соответствует современным стандартам айдентики.



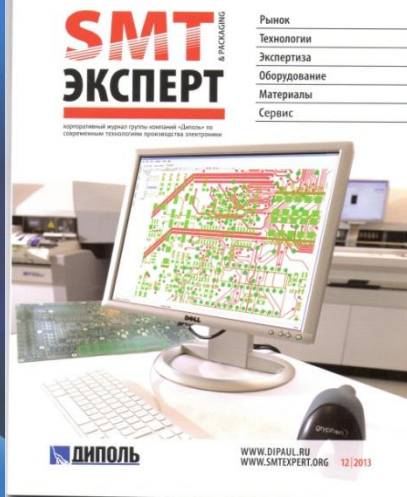
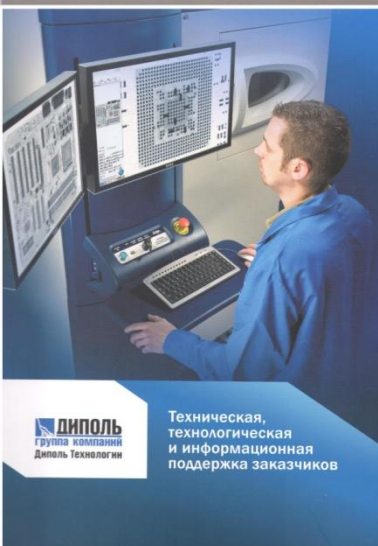
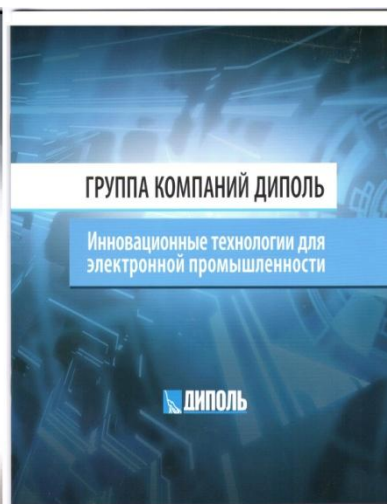
Визуальное решение логотипа не отражает позиционирование, не передает личность бренда и его характеристики.

Логотип выглядит перегруженным, начертание слишком грубое и угловатое, не имеет ничего общего с инновациями

В логотипе неоправданно нарушены правила типографики, в знаке присутствует сильная отрицательная динамика

ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ КОМПАНИИ

Фирменный стиль лишен уникальности



ИЗМЕРИТЕЛЬНЫЕ ПРИБОРЫ
КАТАЛОГ | 2013



- Нет общей концепции фирменного стиля, что негативно влияет на запоминаемость марки.
- Фирменный стиль устарел и не отвечает современным законам айдентики
- Использование разных видов верстки размывают образ бренда и препятствуют его узнаваемости и запоминаемости у целевой аудитории.

Отсутствие четко выраженного уникального фирменного стиля компании, отображающего род деятельности и соответствующая современным тенденциям, значительно снижает узнаваемость и лояльность по отношению к торговой марке.

САЙТ КОМПАНИИ



СПб-Петербург
(812) 702-1266
spb@dipaul.ru

Москва
(495) 645-2002
msk@dipaul.ru



ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ
ЭЛЕКТРОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

О компании

Новости

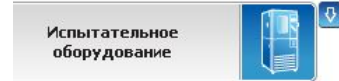
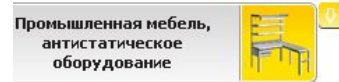
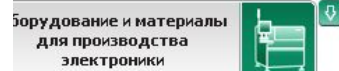
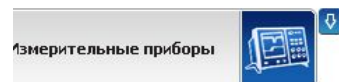
Цены

Контакты

Фотогалереи

Вакансии

English



Поиск

Группа компаний «Диполь» создаёт и реализует высокотехнологичные проекты для радиоэлектронной промышленности России. В рамках этой деятельности мы осуществляем:

- Решение ключевых задач при создании предприятия по производству радиоэлектронной аппаратуры различного назначения
- Поиск инновационных технологий, их внедрение и адаптация для радиоэлектронного комплекса России
- Проектирование и строительство производственных помещений
- Модернизация и переоснащение предприятий для соответствия актуальным технологическим требованиям
- Научно-технический и технологический консалтинг
- Аудит производственных процессов предприятий, внедрение стандартов и методов контроля качества
- Образовательные и обучающие программы для специалистов электронной промышленности

Календарь событий

Октябрь 2013						
п	в	с	ч	п	с	в
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27

30.10.2013

[Семинар по технологии сборки радиоэлектронных изделий, Москва](#)

12.11.2013 —

[Выставка Productronica 2013](#)

15.11.2013

19.11.2013 —

[Научно-техническая конференция «ТехноЭМС 2013», Москва](#)

20.11.2013

1. На главной странице отсутствует информация об отличительной особенности данной компании
2. Слишком много места отдано для раздела «Новости».
3. Использованы не выразительные заголовки к информационным блокам страниц сайта.
4. На странице отсутствует структурированность информации, в связи с чем основная специфика деятельности компании не считывается.
5. Обилие текстовой информации и малая визуализация данного контента.

На сайтах конкурентов <http://www.ostec-smt.ru/> информация о специфике деятельности компании представлена более структурировано, просто и понятно.

РЕБРЕНДИНГ КОМПАНИИ

ЗАДАЧИ

- ☐ разработать грамотную методологию , которая поможет наиболее быстро выявить ключевые элементы, позволяющие усилить конкурентные преимущества компании
- ☐ понять, насколько сильна конкуренция со стороны ключевых игроков рынка – определить темпы роста этих конкурентов и их темпы развития, определить их сильные и слабые стороны по отношению к Диполь
- ☐ выделить методы отстройки от конкурентов и свободные ниши на рынке.
- ☐ сделать упор на научном, инновационном подходе в позиционировании бренда
- ☐ проанализировать характеристики, создающие дополнительную ценность для ЦА, и разработать под них платформу бренда.
- ☐ сформировать легенду бренда основанную на проведенном идеологами компании исследовании рынка электронной



ЗАДАЧИ BRANDSON:

□ Разработат ь:

- платформу бренда, которая позволит стать компании отраслевым интегратором и поставщиком знаний для предприятий РФ
- вербальный и визуальный образ
- стратегию продвижения и креативную концепцию бренда, способствующую формировать тенденции развития современной электронной промышленности

БРЕНДСОН MEDIA GROUP – полносервисное брендинговое агентство,

которое предлагает решения в области развития бизнеса
наших клиентов при помощи интегрированных маркетинговых коммуникаций.

Ключевая компетенция:

увеличение капитализации компании и/или добавочной
стоимости продукта за счет глубокой маркетинговой
экспертизы: создания и управления брендом

Brandson – ведущее российское брендинговое агентство, призер международных и российских фестивалей, член АБКР.

Команда Brandson – это опытные специалисты в корпоративном и продуктовом брендинге, обладающие обширной практикой и глубокой экспертизой в различных областях.

Стратегия фокусировки, комплексный подход и собственная технология

Brand evolution позволяют нам реализовывать успешные проекты федерального и международного уровня.



Brandson Media Group одна из первых вошла в Ассоциацию Брендинговых Компаний России и является активным членом профессионального сообщества.

Brandson Media Group – официальный эксклюзивный партнер **CREA International** — международной компании, лидера в области физического дизайна, с представительствами в **Италии, Германии, Испании, Португалии, Индии, Китае и России.**



СХЕМА РАБОТЫ ПО БАЗОВЫМ ЭТАПАМ ПРОЕКТА

Brand Therapy

1. Brand Therapy

Маркетинговое исследование по авторской технологии

- Экспертные интервью с идеологами компании (3-4 человека)
- Анализ вторичной информации о рынке (аудит представленный клиентом)
- Бренд-аудит ключевых конкурентов;

2. Brand Strategy

Разработка стратегии бренда, результатом работ станет:

- Сформированное уникальное торговое предложение
- Уникальные ценности бренда
- Гипотеза позиционирования

Brand strategy

Результат: выводы относительно рынка, ресурсов, уникальных свойств продукта, конкурентного окружения, предпочтений ЦА.

Результат: позиционирование бренда на рынке с учетом конкурентного окружения и ожиданий целевой аудитории.

Результ
ат

- ✓ Сформированное позиционирование бренда
- ✓ Описание характера бренда.
- ✓ Вербально-визуальная концепция бренда варианта (3 варианта) с указанием верного направления развития бренда

3. Verbal Branding

Вербальные разработки

- Разработка брендлайна (слогана) и/или дескриптора;
- Разработка креативной идеи фирменного стиля;

4. Visual Branding

Визуальные разработки

- Разработка логотипа;
- Концепции фирменного стиля;
- Адаптация концепции фирменного стиля на носителях: необходимый пакет деловой документации;
- Разработка бренд-бука;

Visual

Результ

- ✓ Набор вербальных и визуальных символов, отражающих позиционирование и характер бренда.

Срок реализации проекта от 2 до 4 месяцев

Рекомендуем ые этапы и стоимость работ



Этап 1. Brand Therapy. Аналитический этап.

Desk-research по авторской технологии

• Компания:

1. Проведение экспертных интервью с идеологами проекта (3-5 человек)

• Рынок:

1. Предварительный анализ рынка для оценки ситуации и с целью выявления ключевых тенденций – понимание работы клиента
2. Обзор деятельности ключевых игроков российского и европейского рынка, изучение лучших практик.
3. Анализ предоставленной клиентом информации

• Конкуренты:

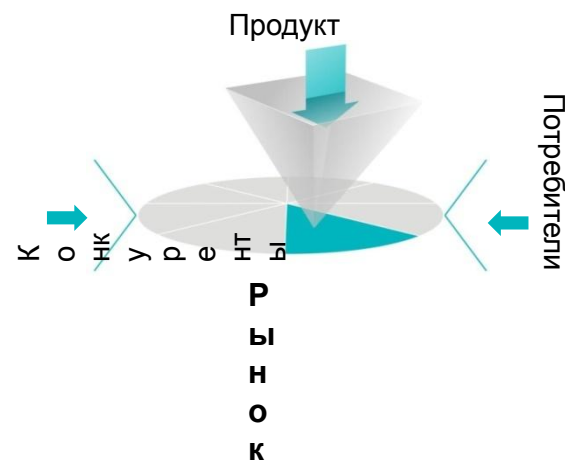
1. Анализ конкурентной среды, анализ карты рынка
2. Анализ визуальных образов конкурентов для наилучшей отстройки

• Анализ целевой аудитории

1. Выявление характеристик и предпочтений ЦА

- От 15 рабочих дней (в зависимости от объема работ)

Выявление ядра целевой аудитории. Понимание потребительских предпочтений, тенденций рынка и перспективных ниш.



Этап 2. Brand strategy. Разработка стратегии.

Разработка стратегии (платформа бренда):

1. Определение позиционирования
2. Формирование уникального торгового предложения
3. Позиционирование компании на рынке
4. Разработка миссии, ценностей, преимуществ и характера будущего бренда
5. Разработка легенды

- От 15 рабочих дней
- Бренд-концепт по утвержденной структуре в формате pdf

Определение ключевых характеристик будущего бренда, отправная точка для креативных разработок и формирования концепции продвижения. Четкое техническое задание на креативные разработки

ЭТАП 3. Verbal Branding. Вербальные Разработки.

Разработка разработка брендлайна – единого слогана и дескриптора бренда:

Разработка трех вариантов брендлайнов (слоганов) и /или дескрипторов, отражающих позиционирование бренда;

От 15 рабочих дней

1 подача – 3 варианта концепций выбор;
2 подача –
корректировка,
итогового варианта

Вербальные атрибуты бренда, отражающие позиционирование, ключевые преимущества компании, обладающие мощным эмоциональным зарядом и отвечающие ожиданиям целевой аудитории.



Пример, дескриптор:
«industrial cleaning»
Брендлайн: «Чистая
работа»

ЭТАП 4 . Visual Branding

ЭТАП 4.1 Разработка логотипа и правил работы с логотипом

- 1.Разработка логотипа (русская версия);
2. Разработка колористики/цветовая унификация;
- 3.Шрифтовая унификация
- 4.Правила использования логотипа: свободное поле знака, пропорции, минимальные размеры знака. Недопустимое использование знака.

***Правила использования логотипа сдаются разделом бренд-бука.

От 5 рабочих дней

1 подача – 3
варианта логотипа и
концепции
фирменного стиля;
2 подача –
корректировка;

Набор визуальных идентификаторов компании, поддерживающих идеологию бренда и обеспечивающие единство визуального образа компании.

***Этапы 3-4 подаются
одновременно**

ЭТАП 4.2 Разработка элементов фирменного стиля

Разработка пакета деловой документации формата midi:

1. Папка для документов (формат А4);
2. Визитная карточка личная;
3. Визитная карточка корпоративная
4. Бланк-шаблон: для официальных писем;
5. Конверт С4, е65
6. Шаблон РРТ коммерческого предложения: 5 шаблонов
7. Шаблон коммерческого предложения
8. Форма персонала: 2 варианта

от 25 рабочих дней

1 подача – дизайн-концепция, на примере 3-х носителей;
2-подача верстка всех элементов, согласно выбранной концепции;
3-подача корректировка;

Инструменты для внутренних и внешних коммуникаций, выделяющие компанию на рынке среди конкурентов.



*Список наименований при необходимости подлежит корректировке (увеличение наименований влияет на увеличение стоимости, уменьшение на снижение) ;

** Правила оформления элементов фирменного стиля сдаются разделом в бренд-бук;



МУЖИНЫ СПЕЦБРИГАДА: помещение | улица

ЭТАП 4.3 Бренд-бук

После утверждения всех элементов фирменного стиля верстается и сдается бренд-бук (книга бренда); *

1. Позиционирование, характер, легенда, миссия
 2. Разработка колористики/цветовая унификация;
- Шрифтовая унификация;
 - Правила работы с фирменной графикой;
 - Правила использования логотипа: свободное поле знака, пропорции, минимальные размеры знака. Недопустимое использование знака.

От 15 рабочих дней.

1 подача – бренд-бук
2 подача –
корректирующая.

Документ, объединяющий, позиционирование компании, все вербальные и визуальные разработки.

Итого за основные этапы работ

Вид работы	Сроки	Стоимость, руб.
Этап 1: Brand Therapy. Аналитический этап	от 15 дней	1 020 300
Этап 2: Brand strategy. Разработка стратегии		
ЭТАП 3. Verbal Branding. Вербальные Разработки	от 7 дней	
ЭТАП 4 . Visual Branding. Визуальные разработки	от 20 дней	
Итого		1 020 300
Итого в т.ч. С НДС		1 203 954
Итого с welcome скидкой*		1 083 558,60

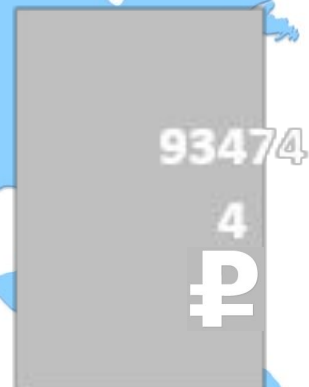
* Повторная Welcome скидка действительна при принятии решения до 30 октября 2013 г.

Сроки выполнения работ и стоимость может варьироваться в зависимости от уточнения вводных данных.



ЗАЧЕМ ПЛАТИТЬ БОЛЬШЕ?

Стоимость разработки бренда в
России*



Аудит и
стратегия
(без подробного
изучения ЦА)



Разработка слогана и
концепции фир.
стиля (без адаптации на
носители)



Брендбук

Мы реализуем комплексные проекты, опираясь на европейский опыт, но учитываем специфику рынка России и держим конкурентные цены

*Средняя стоимость разработки бренда среди членов Ассоциации Брендинговых Компаний России

НАШИ ПРЕИМУЩЕСТВА

- 1 Полносервисное брендинговое
агентство;
- 2 Опыт реализации крупных федеральных и
международных проектов;
- 3 Стратегический подход к креативным
разработкам;
- 4 Стоимость реализации проектов ниже, чем в
Москве;
- 5 Использование опыта и экспертизы
европейского
агентства;
- 6 Членство в
АБКР.



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



191036 Россия, Санкт-Петербург
ул. Чайковского, д. 44
Бизнес-центр, оф. 38
т. +7(812) 6-888-075
ф. +7(812) 6-888-075

www.brendson.com
info@brendson.com

