



ADVERTISING
PRODUCTION
GROUP

ПРОФЕССИОНАЛЫ
ПРОФЕССИОНАЛАМ

B R A N D I N G

ЧТО ТАКОЕ БРЕНД? ЗАЧЕМ НУЖЕН БРЕНДИНГ?

Думаете ли Вы, что Брендинг — это дорогое удовольствие для больших компаний? Мы готовы убедить Вас в обратном: брендинг может быть применен любым бизнесом, организацией практически к любой продукции или услуге.

Бренд — это торговая марка со сложившимся имиджем. Бренд происходит, как считают, от латинского brand — клеймо, тавро или от скандинавского brandr — жечь, выжигать. С древних времен клейма (бренда) удостоивался только высококачественный товар. Технология по созданию и внедрению бренда получила название брендинг. Бренд — это не только торговая марка, состоящая из названия, графического изображения (логотипа) и звуковых символов компании или товара. Понятие бренда более широкое, поскольку в него еще дополнительно входят:

- сам товар или услуга со всеми его характеристиками;
- набор ожиданий и ассоциаций, воспринимаемых и приписываемых пользователем товару;
- информация о потребителе;
- обещания каких-либо преимуществ, данные автором бренда потребителям;

Основная задача брендинга — создание дополнительного конкурентного превосходства. Сделать так, чтобы Ваш товар выбирали первым. Это тщательная работа с идеей торговой марки, с концепцией продукции, работа над качеством, анализ восприятия продукции покупателями на всех стадиях.

ОСНОВНАЯ ЦЕННОСТЬ БРЕНДА ДЛЯ КОМПАНИИ — в формировании дополнительной стоимости. Таким образом, на остроконкурентных рынках, где борьба идет за каждую копейку, создание бренда остается выгодным т.к. в долгосрочной перспективе привязанность к бренду выступает гарантией сбыта предприятия в случае резких спадов спроса на рынке и прочих критических ситуаций как внутри компании, так и в окружающей её среде.



ООО «БРЕНДХАУЗ» ПРЕДЛАГАЕТ ПОЛНЫЙ СПЕКТР УСЛУГ НА ВСЕХ ЭТАПАХ БРЕНДИНГА:

2

- Диагностика целей и задач клиентской компании, поставленных перед новым брендом, подготовка технического задания (ТЗ).
- Оценка рынка и проведение необходимых для выведения нового бренда маркетинговых исследований.
- Разработка бренд-платформы.
- Разработка системы идентификации бренда.
- Услуги по регистрации.
- Поддержка на всех стадиях выведения нового бренда в условиях имеющихся у компании ресурсов.
- Разработка маркетинговой политики продвижения бренда.
- Оптимизация портфеля брендов.
- Перепозиционирование бренда (Ребрендинг).



ДИАГНОСТИКА ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ КЛИЕНТСКОЙ КОМПАНИИ, ПОСТАВЛЕННЫХ ПЕРЕД НОВЫМ БРЕНДОМ, ПОДГОТОВКА ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ (ТЗ)

3

Нашими специалистами совместно со стороной заказчика разрабатывается техническое задание (ТЗ) в котором мы определяем цели и задачи, поставленные компанией заказчика перед брендом, исходя из которых нашими специалистами предлагается оптимальный ассортимент программ, направленных на достижение определенных целей и задач.

ОЦЕНКА РЫНКА И ПРОВЕДЕНИЕ НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ВЫВЕДЕНИЯ НОВОГО БРЕНДА МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Для нахождения оптимальной рыночной ниши и последующего эффективного позиционирования нового бренда проводится комплексный анализ рынка и его участников (продукты конкурентов, потребители, сопутствующая инфраструктура). На основании полученной информации разрабатывается бренд-платформа и стратегия продвижения бренда.

РАЗРАБОТКА БРЕНД-ПЛАТФОРМЫ

Бренд-платформа — основной документ для построения маркетинговых коммуникаций бренда на заданный период. Определяет целевую аудиторию, мотивацию потребителей, миссию бренда, коммуникации для различных сегментов, позиционирование бренда относительно конкурентов.

На основе бренд-платформы строится система элементов идентификации бренда и, соответственно, маркетинговые коммуникации бренда. Использование однозначно определенных правил воспроизведения элементов идентификации способствует более эффективному восприятию образа бренда.



РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ ИДЕНТИФИКАЦИИ БРЕНДА

Типичная идентичность марки включает название, слоган, фирменный стиль, Brandbook*, Guidebook*.

Во время разработки идентификации определяются целевые группы, на которые компания ориентируется в своей коммуникационной политике. На основе элементов идентификации разрабатываются различные графические образы, которые будут использоваться в коммуникационной политике компании. Этот раздел самый динамичный. Он может составлять на период проведения рекламной кампании, и в него могут быть добавлены те рекламные обращения – рекламные модули, POS материалы и т.п., которые будут использоваться компанией на данном этапе.

УСЛУГИ ПО РЕГИСТРАЦИИ

Оказывается полный комплекс услуг по подготовке документов к регистрации и, соответственно, по регистрации:

- товарных знаков;
- изобретений;
- полезных моделей;
- промышленных образцов;
- получение контрольных марок на объекты авторского права;
- штриховых кодов;
- авторских прав;
- договоров;
- нормативной документации;
- решений санитарно-гигиенической экспертизы;
- юридическая поддержка;
- регистрация в реестре разработчиков программного обеспечения.

Guidebook* — сборник систематизированных документов, фиксирующих правильное отображение идентификаторов бренда: название, чертеж товарного знака и логотипа, фиксированная цветовая гамма, система шрифтов, набор и описание графических символов и т. д. Каталог бренда необходим как для фиксации законченной разработки, так и для воспроизведения идентификаторов бренда без искажений.

Brandbook* — это описание миссии и философии компании; описание ценностей бренда; описание ключевых идентификаторов бренда; описание сообщения бренда, которое представляется потребителю.



ПОДДЕРЖКА НА ВСЕХ СТАДИЯХ ВЫВЕДЕНИЯ НОВОГО БРЕНДА В УСЛОВИЯХ ИМЕЮЩИХСЯ У КОМПАНИИ РЕСУРСОВ

5

Специалисты нашей компании решают весь комплекс задач: будь то разработка и организация всего процесса выведения бренда или решение определенных локальных задач. Исходя из располагаемых компанией заказчика ресурсов (трудовых, информационных, денежных, временных и т.д.) мы разрабатываем оптимальный план действий для достижения поставленной цели.

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРОДВИЖЕНИЯ БРЕНДА

Популярность бренда складывается из двух составляющих: правильного позиционирования и эффективного продвижения. В рамках данных проектов нашими специалистами разрабатывается документ, содержащий описание базовых принципов продвижения и приоритетных направлений в маркетинговой и рекламной политике бренда, также составляется план продвижения бренда с указанием последовательности и стоимости мероприятий и описанием используемых инструментов.

ОПТИМИЗАЦИЯ ПОРТФЕЛЯ БРЕНДОВ

В том случае, если компания работает с несколькими брендами, крайне важно добиться их оптимального взаимодействия. В противном случае фирма может столкнуться с множеством проблем, таких как размытое позиционирование, внутренняя конкуренция, подавление брендом-лидером остальных направлений и т.д., что неизбежно сказывается на объеме продаж.

Оптимизация портфеля брендов позволяет избежать всех этих проблем. Специалисты компании «БрендХауз» оценят ситуацию, сложившуюся в вашей компании и разработают план действий по созданию сбалансированного бренд-набора. В результате оптимизации портфеля брендов устраняются принципиальные конфликты между разными товарными категориями и достигается синергетический эффект от их существования.

ПЕРЕПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ БРЕНДА (РЕБРЕНДИНГ)

Фактически перепозиционирование бренда представляет собой разработку концепции бренда с учетом его истории, негативного и позитивного опыта. В этом случае в brand-book будет дополнительно включен раздел, регламентирующий действия, направленные на изменение восприятия бренда в восприятии потребителей.



Разработка концепции бренда и маркетинговой политики продвижения нового бренда

Описание ситуации: компания собирается вывести на рынок новый продукт/услугу. После анализа рынка внутри компании уже определен целевой сегмент потребителей рассматриваемого продукта/услуги и рыночные цели бренда.

Цель

Вывод на рынок успешного и прибыльного товара/услуги/компании.

Задачи

- Определение и разработка концепции бренда.
- Разработка маркетинговой стратегии продвижения бренда.
- Маркетинговая поддержка вывода бренда на рынок

Работы

Работы	кол-во рабочих дней
Первичный контакт, уточнение целей и задач проекта	1-2
Разработка технического задания, методологии проекта	2-3
Создание бренд-платформы	10-15
Разработка маркетинговой стратегии продвижения	10-25
Подготовка к реализации и реализация маркетинговой стратегии продвижения	в зависимости от специфики



Создана бренд-платформа

- Миссия, философия бренда
- Позиционирование бренда
- Конкурентные преимущества бренда
- Определение целевой группы коммуникационной политики

Разработана система идентификации бренда

- Название
- Логотип
- Слоган
- Фирменный стиль
- Brand book
- Guidebook

Разработана маркетинговая политика продвижения

- Рекомендации по формированию каналов сбыта
- План продвижения
- План промо-мероприятий и PR-кампаний
- Бюджет рекламно-маркетинговой кампании

Подготовлена и реализована маркетинговая политика продвижения

- Проведены переговоры и заключены договора с партнерами/подрядчиками
- Подготовлены сценарии промо-мероприятий и PR-мероприятий
- Разработаны и подготовлены сопутствующие материалы (макеты, произведены POS и POM материалы, рекламно-сувенирная продукция)
- Согласно маркетинговому плану продвижения реализованы утвержденные мероприятия



Благодаря детальной проработке, бренд выводится на рынок в максимально отвечающем потребностям рынка виде, в оптимальное время и в наиболее подходящем месте, успешно **продается в сжатые сроки** при воздействии на потребителей активной рекламно-маркетинговой кампании.

На основе наработанных материалов в дальнейшем компания получает возможность на системной маркетинговой основе успешно развивать бренд.

Чтобы получить более подробную информацию об услугах, свяжитесь с нами по электронной почте office@bx.com.ua или по телефону (044) 440-52-06; (093) 392-95-64.

