



ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ

Бренд - это намного больше, чем логотип



Бренд ДОЛЖЕН содержать привлекательные
рациональный и эмоциональный атрибуты?



РАЦИОНАЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО



Разница в свойствах
продукта

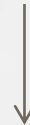
$$\int_a^b f(x) dx = \int_a^c f(x) dx + \int_c^b f(x) dx$$

$$\int_a^b f(x) dx = F(b) - F(a)$$

$$x \int_a^b C \cdot f(x) dx = C \cdot \int_a^b f(x) dx$$

vs.

ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО



Чувство от
использования продукта



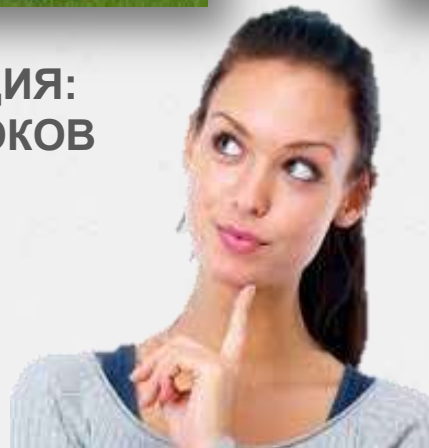
Что происходит на рынке?...



**КОНКУРЕНЦИЯ:
МНОГО ИГРОКОВ**



**ВСЕ ПРОДУКТЫ
ОДИНАКОВЫЕ**





ОБЯЗАТЕЛЬСТВО



ДОВЕРИЕ



Эмоциональный брендинг это мощный инструмент роста доли рынка



СЕРДЦЕ



РАЗУМ



ДОЛЯ РЫНКА



Как покорить сердце? Что важно знать?...



Каждая эмоция имеет свой цвет



NUTRICIA



2 сердца бьются как 1

Цвет счастья

Сила и страсть



Сердце



Сердце начинается биться спустя 4 недели после зачатия и до последних дней

Новый логотип символизирует неразрывную
связь мамы и малыша



Новый премиальный дизайн и высокое качество упаковки



2 сердца бьются как 1





+35% рост

YTD' SEP 2014 vs. 2013

«Ценности» эмоционального брендинга

ПОТРЕБИТЕЛЬ => ЛИЧНОСТЬ

ПРОДУКТ => ОПЫТ

КАЧЕСТВО => ПРЕДПОЧТЕНИЕ

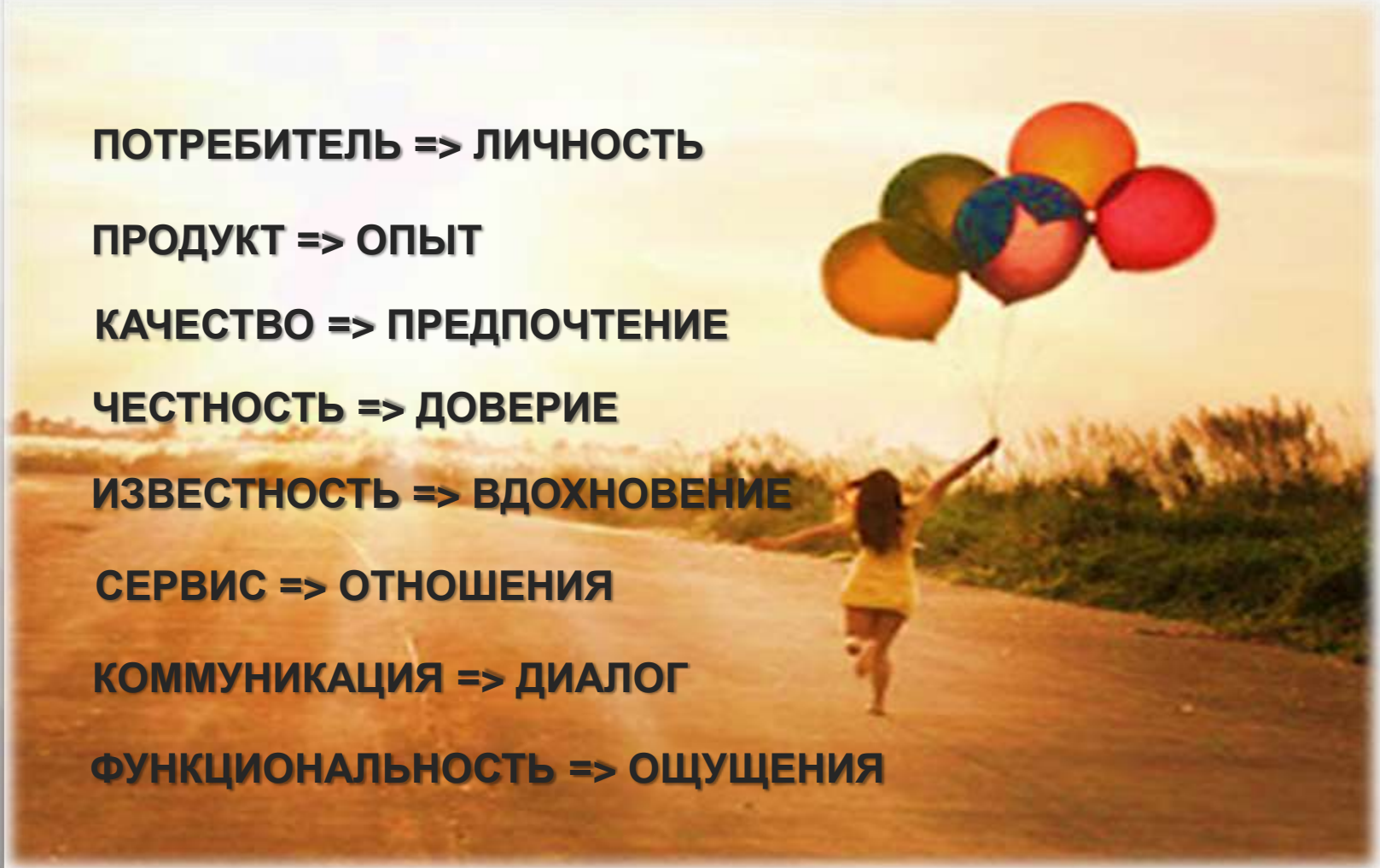
ЧЕСТНОСТЬ => ДОВЕРИЕ

ИЗВЕСТНОСТЬ => ВДОХНОВЕНИЕ

СЕРВИС => ОТНОШЕНИЯ

КОММУНИКАЦИЯ => ДИАЛОГ

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ => ОЩУЩЕНИЯ





КРИЗИС

**Снижение покупательной способности – это
НЕ потребительский тренд...**



**Потребительский тренд – это когда потребитель
делает то, что хочет... потому что это...**







СПАСИБО