

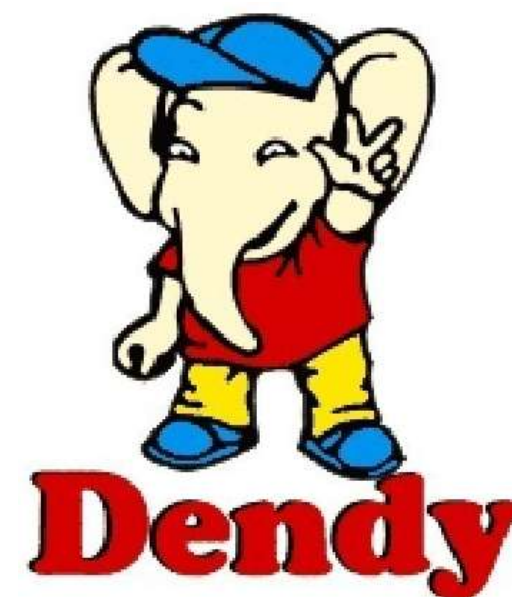


Давидович Олег

Управление брендом

Практические аспекты

15 лет на стороне клиента



Консалтинг

**АСТ
ОКНА**



MOV!E
MOVIE COMMUNICATION GROUP



Преподавание/тренинги

Маркетинг на прокатку

Retail is Detail

Тайм-менеджмент 2.0

Все под контролем

Результативная встреча

Техники управления клиентом

Продажи по телефону



нетология





КАК ВЫДЕЛИТЬСЯ среди

ТОЛПЫ КОНКУРЕНТОВ?





Давайте знакомиться!



Почему мы?



Технология создания бренда

1. Коммуникационное поле бренда
2. Разработка структуры бренда
3. Сценарий позиционирования
4. Согласование портфеля бренда
5. Креатив бренда
6. Коммуникационная стратегии бренда

Структура бренда

Группы

- Клиенты
- Партнеры
- СМИ
- Инвесторы
- Государство
- Сотрудники компании
- Сотрудники конкурентов

Ценности конкурентов

Миссия Идентификация

Позиционирование

Услуги/
Продукты

Ценности
компании

Структура брэнда

Группы

- Клиенты
- Партнеры
- СМИ
- Инвесторы
- Государство
- Сотрудники компании
- Сотрудники конкурентов

~~Ценности конкурентов~~

Миссия Идентификация

Позиционирование

Услуги/
Продукты

Ценности
компании

Прекрасные характеристики iPhone



MP3
GPRS
GPS
MMS
Video
Размер экрана
...

Покупателю нужны ценности и выгоды, которые дает iPhone



У меня мало времени,
мне нужна простота
Хочу быть крутым парнем
Я хочу, чтобы моя семья
была счастлива

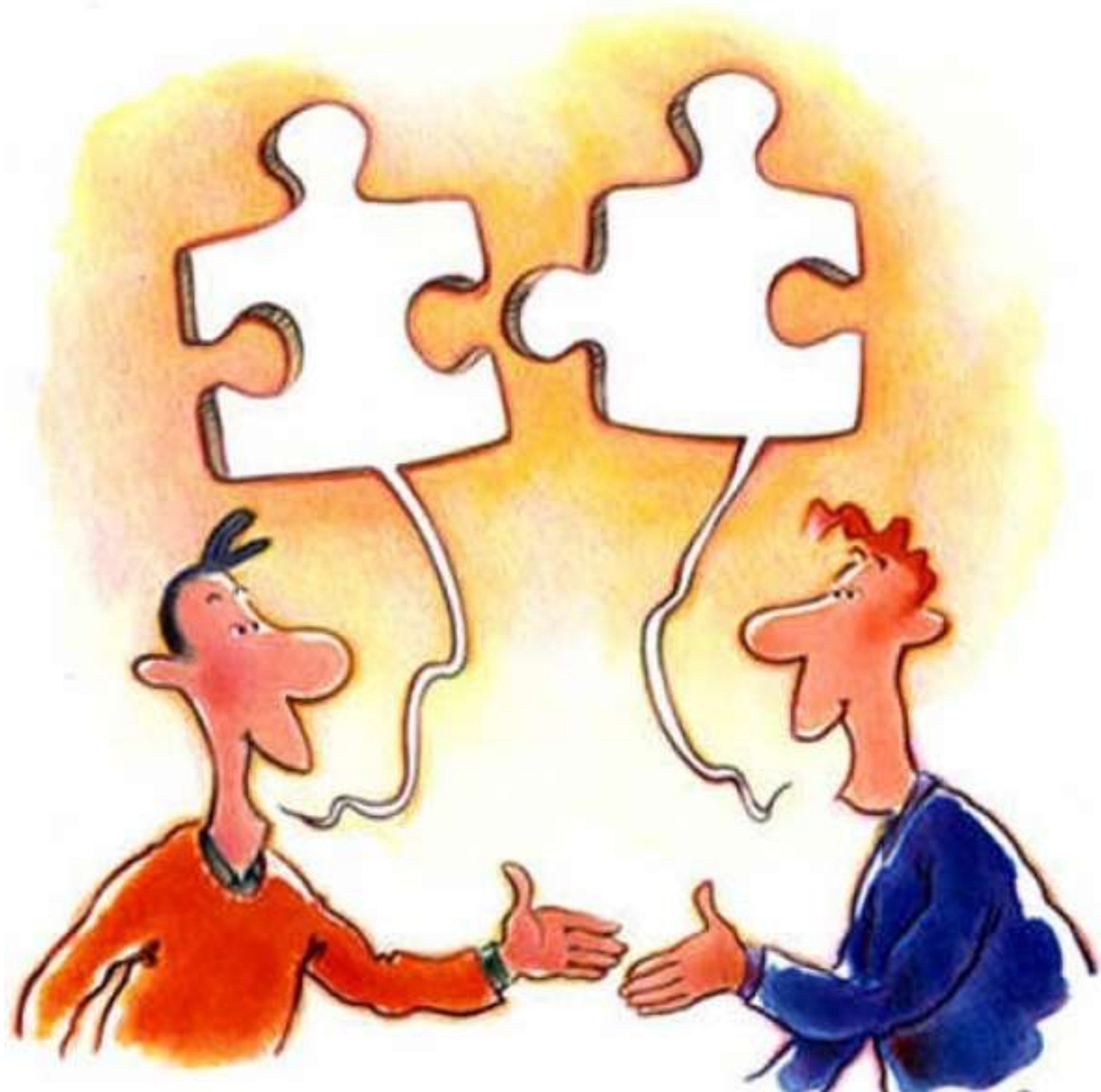
Позиционирование (пример)



нам не всё равно 20 лет



качество по лучшей цене





КТО ОТВЕТСТВЕННЫЙ?



CEO



**Методика - исследования +
МОЗГОВЫЕ ШТУРМЫ**

Уровень действия и окружения

1. Какие продукты и услуги производит компания?
2. На каких рынках, нишах мы работаем?

Какую компанию строим?

1. Наличие родовой деятельности
2. Положение на рынке (ТОП 10, лидер и т.п.)
3. Размер
4. Форма собственности

Какую компанию строим?

Стратегической целью ОАО «Газпром» является становление как лидера среди глобальных энергетических компаний посредством освоения новых рынков, диверсификации видов деятельности, обеспечения надежности поставок.



Миссия/Предназначение



Помогать людям решать задачи и достигать своих целей в жизни.



Мы даем людям уверенность и надежность, мы делаем их жизнь лучше, помогая реализовывать устремления и мечты.



«Газпром» видит свою миссию в надежном, эффективном и сбалансированном обеспечении потребителей природным газом, другими видами энергоресурсов и продуктов их переработки.



Благодаря надежной связи МТС предоставляет клиентам возможность строить и улучшать свою жизнь, постоянно развиваться. Все ресурсы МТС нацелены на то, чтобы благодаря услугам компании жизнь клиентов МТС становилась более насыщенной, интересной и наполненной новыми возможностями.

Ценности

Я – лидер	<p>Мы принимаем ответственность за себя и за то, что происходит вокруг</p> <p>Мы делаем лучшее, на что способны</p> <p>Мы постоянно развиваемся и совершенствуем себя, банк и наше окружение</p> <p>Мы честны друг с другом и с клиентами</p>
Мы – команда	<p>Мы с готовностью помогаем друг другу, работая на общий результат</p> <p>Мы открыты и доверяем своим коллегам</p> <p>Мы относимся друг к другу с уважением</p> <p>Мы помогаем расти и развиваться коллегам</p>
Все – для клиента	<p>Вся наша деятельность построена вокруг и ради интересов клиентов</p> <p>Мы хотим удивлять и радовать клиентов качеством услуг и отношением</p> <p>Мы превосходим ожидания клиентов</p>



СБЕРБАНК

Всегда рядом

Вопросы о потребителях

1. Кто является потребителем (целевой группой)?
2. С какими сложностями сталкивается потребитель, что его беспокоит?
3. В чем причины беспокойства с его точки зрения и с точки зрения Вас, как независимого эксперта рынка?
4. Какие ресурсы Вы можете предложить потребителю для решения его проблем?
5. Как ваш продукт может изменить его жизнь?
6. К каким положительным эффектам это может привести?
7. С точки зрения независимого эксперта рынка, в чем отличие вашего продукта от аналогов? Что могут сказать на эту тему другие эксперты рынка?



Ценности клиентов

Акционеры, CEO

Эффективность

Развитие

Безопасность

Клиент-ориентированность

Директор по маркетингу

Клиент-ориентированность

Эффективность

Полезность²

ИТ-Директор

Стабильность

Безопасность

Автоматизация

Надежность

Ценности конкурентов

Качественная музыка

Профессионализм

Легальность

Простота

**Настраиваем
звуковую
атмосферу в
точках продаж на
пользу бизнесу**

Услуги/Продукты

Формирование звуковой атмосферы
торговых помещений

студия звукозаписи

инженерный отдел - поставка и
инсталляция оборудования

Миссия

Повышать комфорт и
удовлетворенность людей от
процесса покупки и увеличивать
прибыльность бизнеса клиентов с
помощью разрабатываемых
компанией СаундСервис
технологий улучшения атмосферы
в точках продаж

Идентификация

Лидер-новатор с
эксклюзивными
технологиями

Ценности компании:

Полезность

Инновационность

Экспертиза

Партнерство

Что обычно забывают сделать

1. Определить стратегические цели компании
2. Какой тип бренда: продуктовый или бренд компании
3. Определить коммуникационное поле (группы людей), куда будет направлено воздействие бренда
4. Позиционирование бренда (установить соответствие между целями и ценностями компании и целями и ценностями целевых аудиторий)

Риски без позиционирования

1. Неохваченность брендом части ЦА
2. Неактуальность ценностей бренда для ЦА
3. Противоречие между рекламой и целями
4. Непоследовательность в кампаниях
5. Противоречие обещания и возможностей бренда
6. Рассогласованность портфеля брендов
7. Юридическая незащищенность бренда

ПАРА-ТРОЙКА ПРИМЕРОВ



АДАМАС

СЕТЬ ЮВЕЛИРНЫХ МАГАЗИНОВ

ADAMIAS

СТОЛИЧНЫЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

Миссия/Предназначение

Делать жизнь людей разнообразной и сказочной, предлагать им подлинные ценности — ювелирные украшения, созданные Компанией АДАМАС

ADAMAS

СТОЛИЧНЫЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

Ценности

Доброжелательные взаимоотношения

Это основа Компании АДАМАС, так как мы работаем, прежде всего, с людьми и для людей — для наших Сотрудников, Клиентов, Партнеров.

Открытость

Мы верим, что честные и открытые взаимоотношения являются основой доверия, которое на протяжении вот уже более двадцати лет к нам испытывают наши Сотрудники, Клиенты и Партнеры.

Сопричастность

Для нас важно, что бы каждый Сотрудник Компании разделял ценности АДАМАС — это помогает нам быть единой командой и доверять друг другу.

Постоянное развитие

Мы считаем, что постоянное развитие делает наших Сотрудников и всю Компанию в целом — лучше, успешнее и результативнее. Цель АДАМАС найти и раскрыть потенциал каждого Сотрудника.

Ответственность

Одним из факторов успеха нашей Компании является ответственность за все что мы делаем. Наша репутация — наша неоспоримая ценность.



https://youtu.be/9b_QDxwnZJk

Рекламный ролик

8 800 250 33 44 спросить

8 495 730 29 35 заказать

Адреса фирменных салонов | Обратная связь

ADAMAS

СТОЛИЧНЫЙ ЮВЕЛИРНЫЙ ЗАВОД

Регион: Москва

Вход / Регистрация

Корзина

ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН | ЮВЕЛИРНЫЕ КОЛЛЕКЦИИ | АКЦИИ | СЕРВИСЫ | МИР АДАМАС | ПРОДАЖИ ОПТ | ФИРМЕННЫЕ САЛОНЫ

ЦЕНТР НОВОГОДНИХ ПОДАРКОВ

*Радость новогодних подарков
согревает наши сердца!*

в АДАМАС с 12 ноября по 31 января

ВТОРОЕ УКРАШЕНИЕ - В ПОДАРОК!

Исполняйте драгоценные желания любимых!



Задать вопрос

Сайт

- ЕСЫ
- раницы и обще...
- РИЯТИЯ
- rogramma "Мужч...
- omweekend
- здать меропр...
- ИЦЫ
- нта Страниц 20+
- комендуемые ...
- здать Страницу

Рекомендованная публикация



АДАМАС столичный ювелирный завод

Реклама · 🌐

👍 Нравится Страница

Adamas - столичный ювелирный завод



Серьги, Красное Золото 585

45 000 руб - Adamas - столичный ювелирный завод

ADAMAS.RU/

30 Приглаше

📺 Коля Бош
пользова

ЗАПРОСЫ НА

Сер

Мах
2 об

Моу
10 с

Кон
2 об

Мак
7 об

Реклама в фейсбук

ЦЕНТР
Новогодних
ПОДАРОКОВ



С Новым
2016
ГОДОМ!



ДАМАС

2 ПО ЦЕНЕ 1
ИЛИ -55%

2=1
ИЛИ
-55%

ОБМЕН
ЗОЛОТА
585 пробы
1600 руб.
за грамм

АДА
1600
БОНУС
МЕСЯ





« ФАНАТСКИЙ МАГАЗИН »





Мой любимый магазин

Все продумано!

Позиционирование (пример)



РЫБНАЯ МАНУФАКТУРА №1

СВЕЖАЯ РЫБА КАЖДЫЙ ДЕНЬ

Миссия/Предназначение

Наша миссия - улучшать качество жизни, развивая удобные магазины, которые обогащают рацион, приносят удовольствие от вкуса и раскрывают кулинарное мастерство хозяек в приготовлении рыбы, морепродуктов в домашних условиях. Все самое лучшее для ценителей и любителей рыбной кухни.



Ценности

«Рыбная мануфактура №1» — это сеть уникальных магазинов с **дружелюбной** домашней атмосферой и внимательным обслуживанием.

Открывая **удобные** магазины по соседству с вашим домом, мы стремимся превратить обычную покупку в получение **удовольствия**. Мы создаем совершенно новый для России формат рыбной кулинарии — доступные магазины с **отличным обслуживанием**, где можно понаблюдать за тем, как готовятся наши изумительные на вкус блюда.







Повышение эффективности продаж,
или инсайт от «Московского»



Инсайт и решение: наклейки-идентификаторы продукции







ЭКОНИКА

ОБУВЬ КАСКЕТ



Эконика



A cartoon illustration of a young girl with red hair, wearing a yellow and blue shirt, sitting at a wooden desk and writing a letter with a quill pen. To her left, a large brown dog with floppy ears sits attentively. To her right, a grey cat with green eyes sits with its hands clasped. In the background, a small black and white penguin is perched on a shelf. On the desk, there is a yellow inkwell, a white envelope with a red and blue border, and a piece of paper with some illegible handwriting. The scene is set in a room with wood-paneled walls and a window with pink curtains.

**САМОЕ СЛОЖНОЕ -
СОХРАНИТЬ
ПРЕЕМСТВЕННОСТЬ**



Как обеспечить постоянство?

1. Вовлечь в разработку структуры бренда акционеров и руководство компании
2. Зафиксировать основные постулаты в брендбуке
3. Проверять все рекламные кампании и материалы на соответствие позиционированию
4. Встроить систему управления брендом в маркетинговый цикл компании (высший пилотаж)

Разработать имидж бренда, транслирующий яркие эмоции, выделяющие его в конкурентном окружении

- Позиционирование
- Нейминг
- Бренд-бук

Определить интересующие группы потребителей

- Маркетинговые исследования
- Анализ рынка
- Анализ конкурентов
- Сегментирование

Занять определенное положение в мнениях потребителя

- Политика управления брендом
- Политика управления портфелем услуг/продуктов

Создать прочные отношения между потребителями и брендом

- Коммуникационная стратегия
- Политика повышения лояльности клиентов

Поддержка бренда, направленная на повышение его значимости и усиление позиций на рынке.

Брендинг



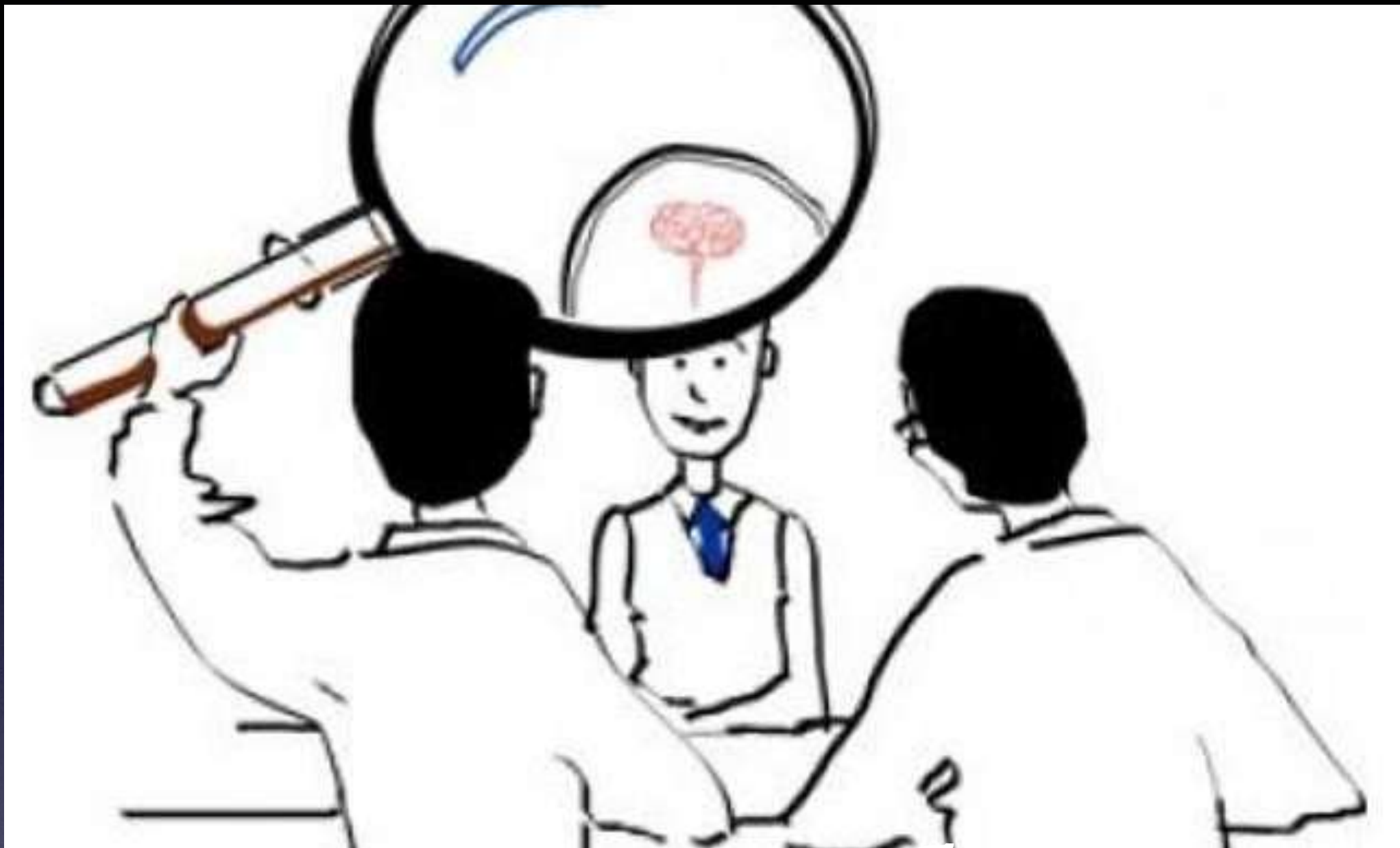
One more thing...

«ЭТО БЕССМЫСЛЕННО», — СКАЗАЛ РАЗУМ.
«ЭТО НЕЛЕПО», — ЗАМЕТИЛ ОПЫТ.
«ЭТО БЕСПОЛЕЗНО», — ОТРЕЗАЛ ЗДРАВЫЙ СМЫСЛ.
«О, ВОТ ТАК НОРМАЛЬНО!», — ОБРАДОВАЛСЯ КЛИЕНТ.



Не решайте за клиента,
просто пробуйте

Задумайтесь, зачем клиенту
приходить именно в Ваш
магазин или за вашим
брендом?



Выявить потребности
клиента!

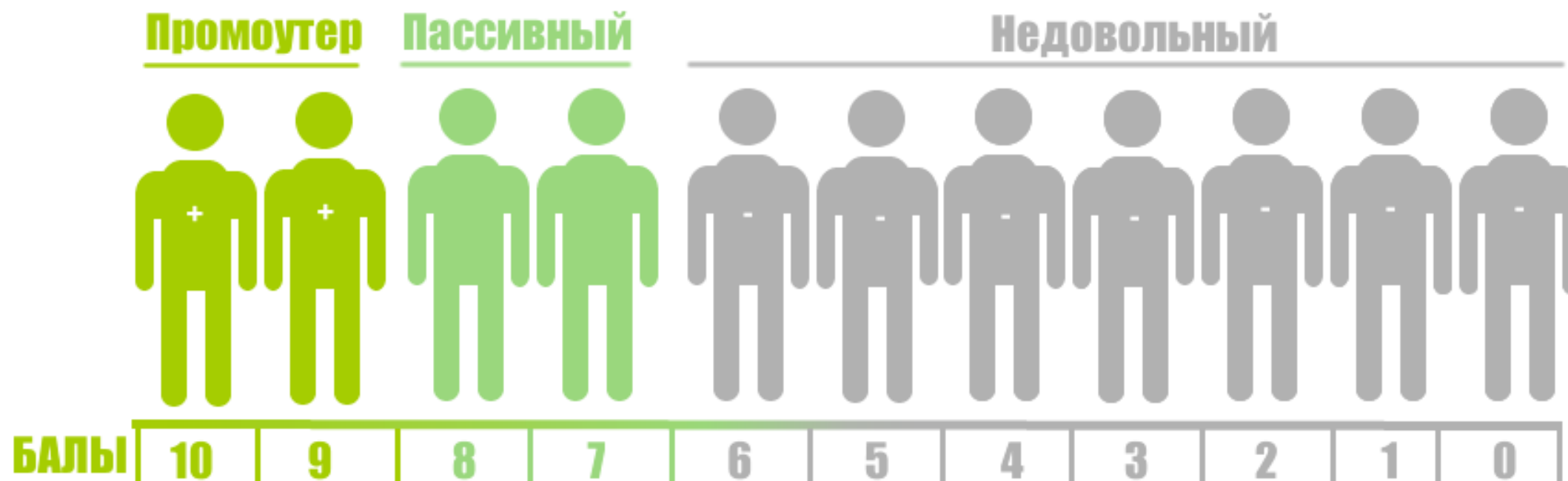
Два простых вопроса

NET PROMOTER SCORE



С какой вероятностью Вы нас
порекомендуете друзьям по шкале от 0 до
10?

Самое простое и полезное исследование



$$NPS = \% \text{ (Promoter)} - \% \text{ (Dissatisfied)}$$

Почему? Что можно улучшить?

Клиенты сами все расскажут

Пообщайтесь сами!

- Представьтесь и спросите:
- Понравилось ли Вам?
- Купили ли товар?
- Почему купили или не купили?



**«Человек, которому
повезло, - это человек,
который делал то, что
другие только
собирались сделать»**

Жюль Ренар, французский писатель



+7(916)670-73-41

davidovitch@list.ru



Звоните - пишите - добавляйтесь в друзья!