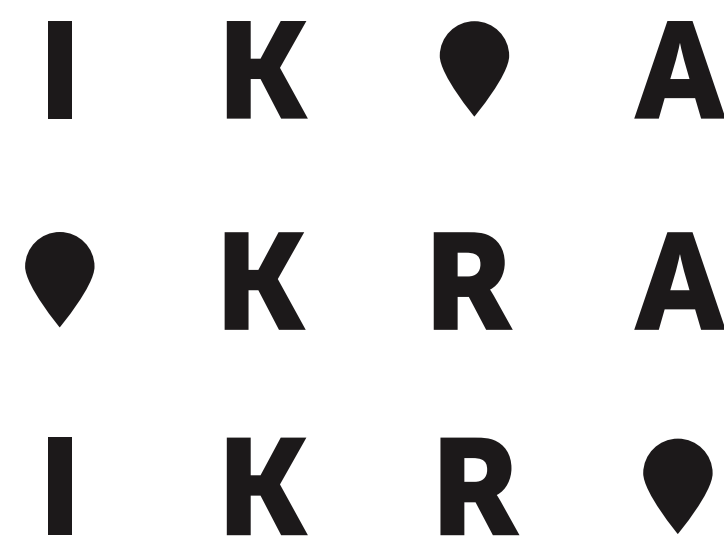


Брендинг. Бизнес или картинки?

Часть четвертая.
Как строить бренд.

Как строить бренд?

Школы России:



ВЫСШАЯ
ШКОЛА
БРЕНДИНГА



За рубежом суть примерно такая же

Step by step

Шаг 1

Исследование

Внутренняя среда

Менеджмент

Маркетинг

Финансы

Ресурсы

Источники преимуществ

Персонал

Стратегия собственника

Внешняя среда

Потребители

Потенциальные целевые группы

Ядро целевой аудитории

Рынки

Общий обзор

Тенденции

Динамика

Конкуренты

Реальные

Потенциальные

Step by step

Шаг 2

Анализ

Что хотим дать мы?

В чем мы круче остальных?

Что нужно потребителю?

Что происходит вокруг?

Ваша суть

Что не могут дать конкуренты?



Step by step

Шаг 3

Стратегия

Платформ бренда

Ценности

Характер

Миссия

Стратегическая цель

Портрет ЦА



Позиционирование

Step by step

Шаг 4

Восприятие потребителем

5 чувств

Визуальная идентификация

Концепция (логотип/айдентика)
Носители
Система дизайна

Вербальная идентификация

Нейминг
Дескриптор
Слоган
Стиль текста

Звуки

Запах

Тактильность

Вкус

Step by step

Шаг 5

Внедрение

Адаптация
Регламенты
Коммуникационная стратегия
Сопровождение
Авторский надзор
Мониторинг

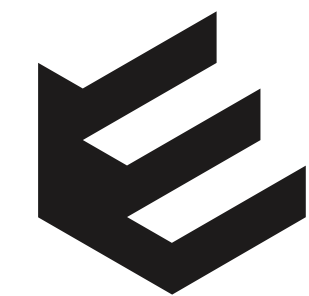
Аудит
ATL
BTL
Ambient

Step by step

Есть проблема

Сложный переход между 3 и 4 шагом

Метафора - перевод сути бренда в образную плоскость восприятия, раскрытие мира метафоры через аналогии с бизнесом.



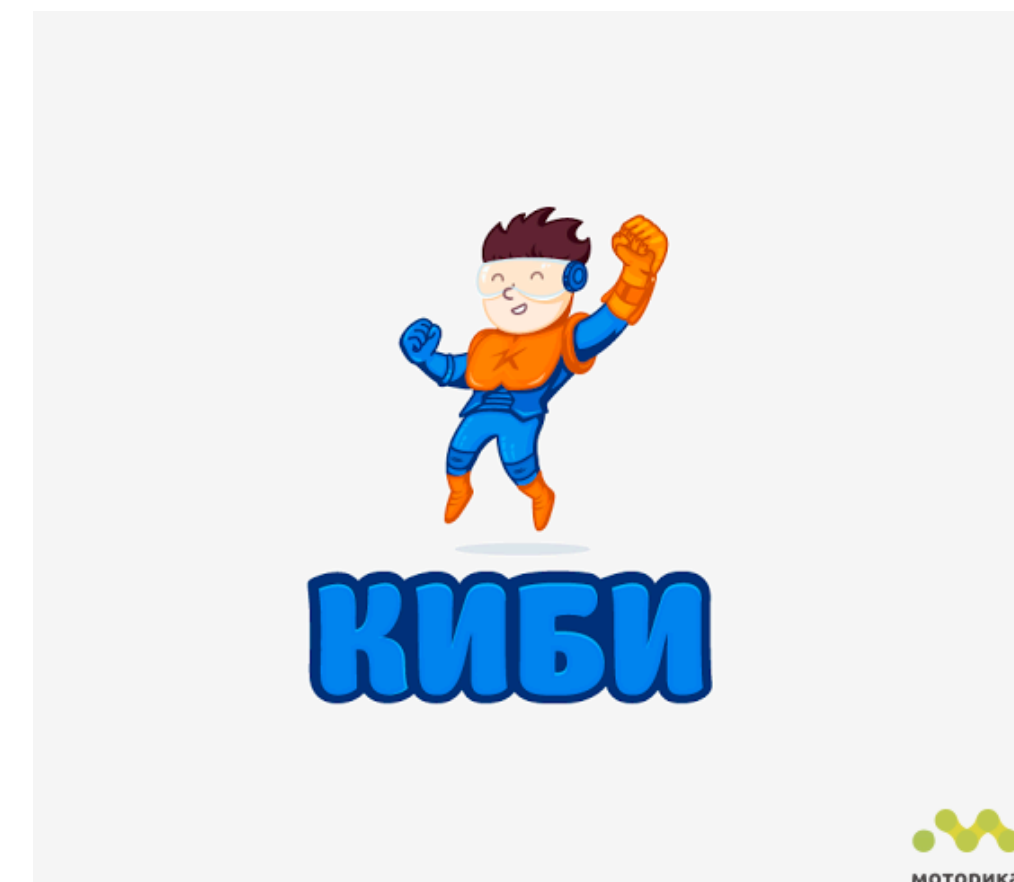
ВЫСШАЯ
ШКОЛА
БРЕНДИНГА



продукт



метафора



бренд

Логотип ничего не решает Важна вся система дизайна

Цвета



Шрифты



Носители



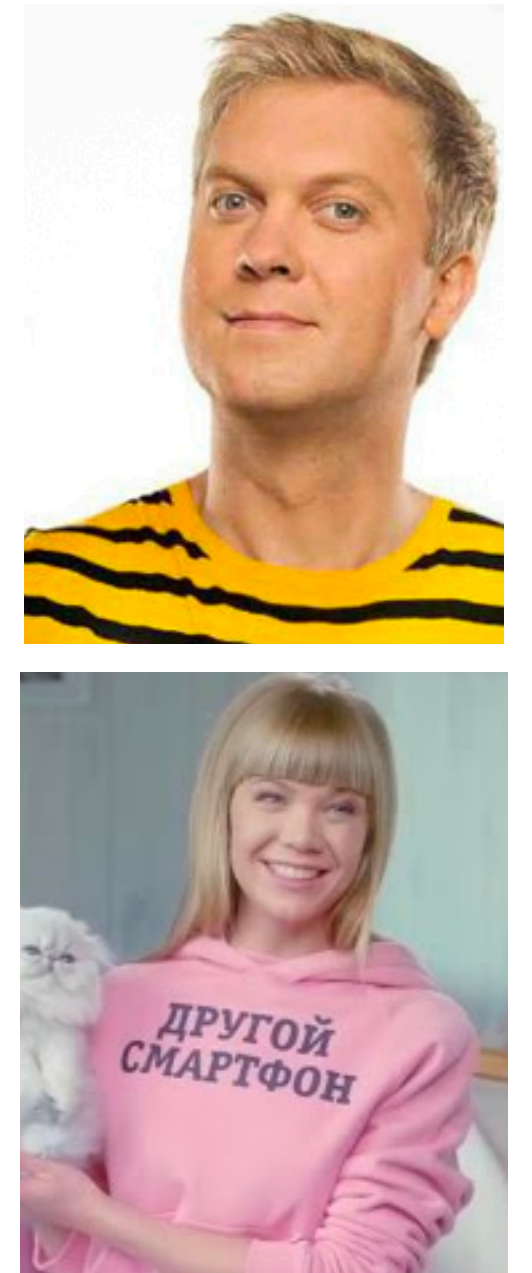
Пиктограммы



Образы



Лица



и др.

Когда только логотип.



буклет



баннер smm



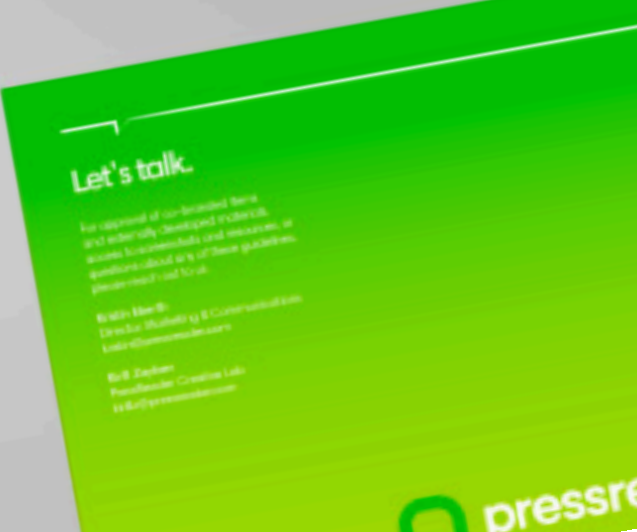
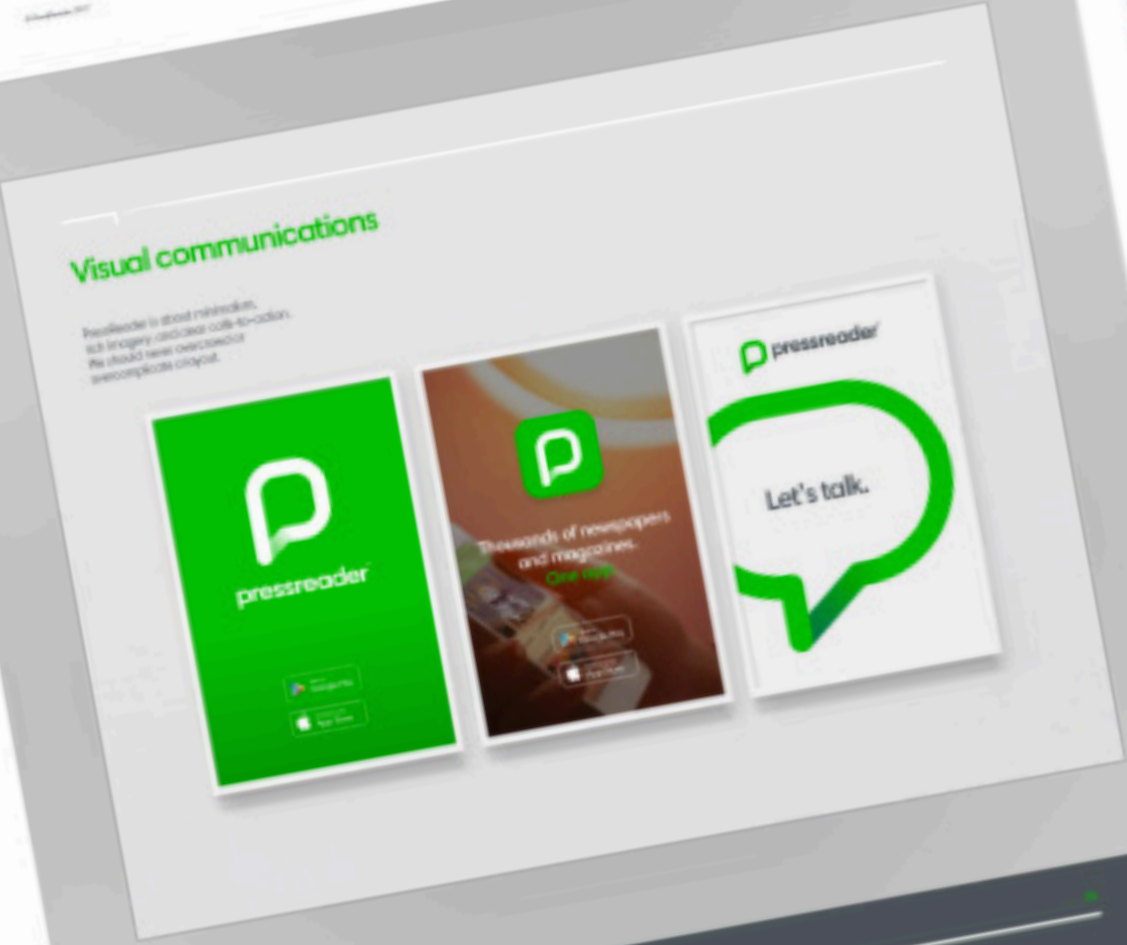
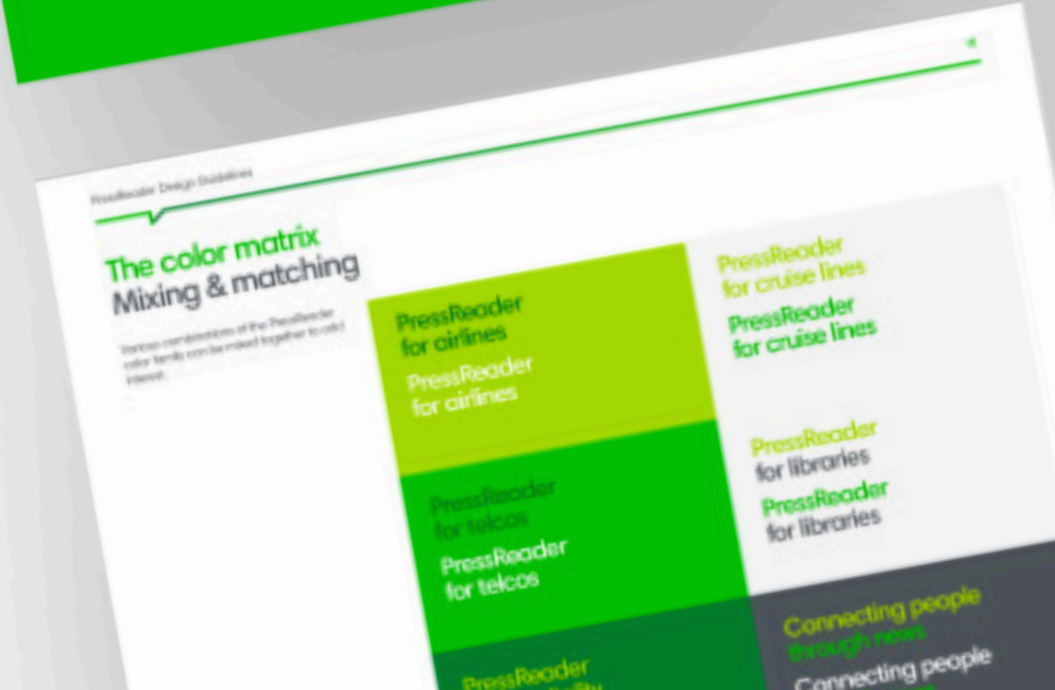
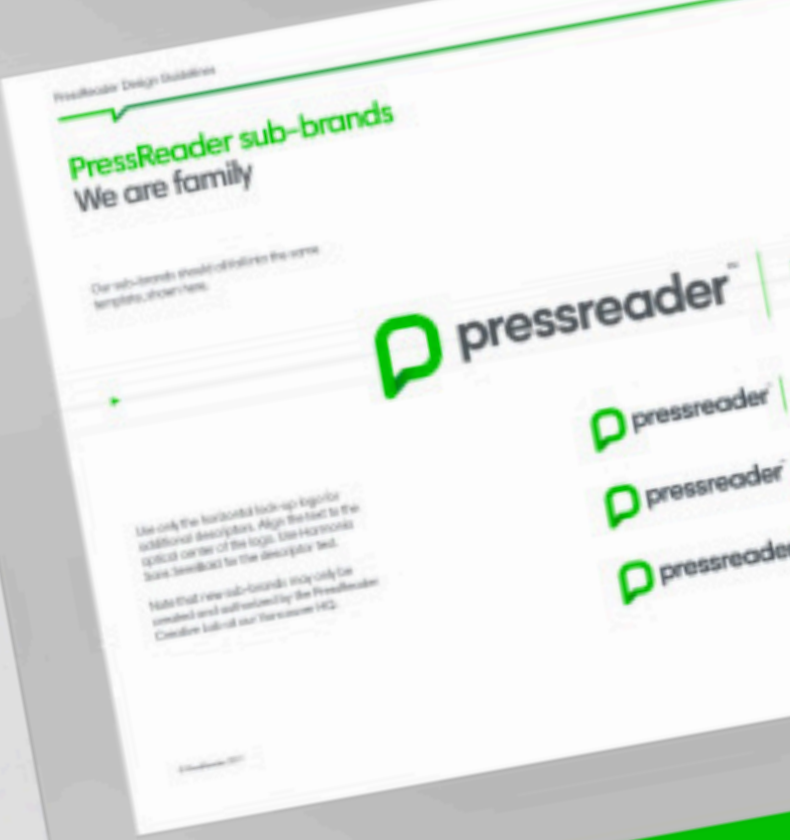
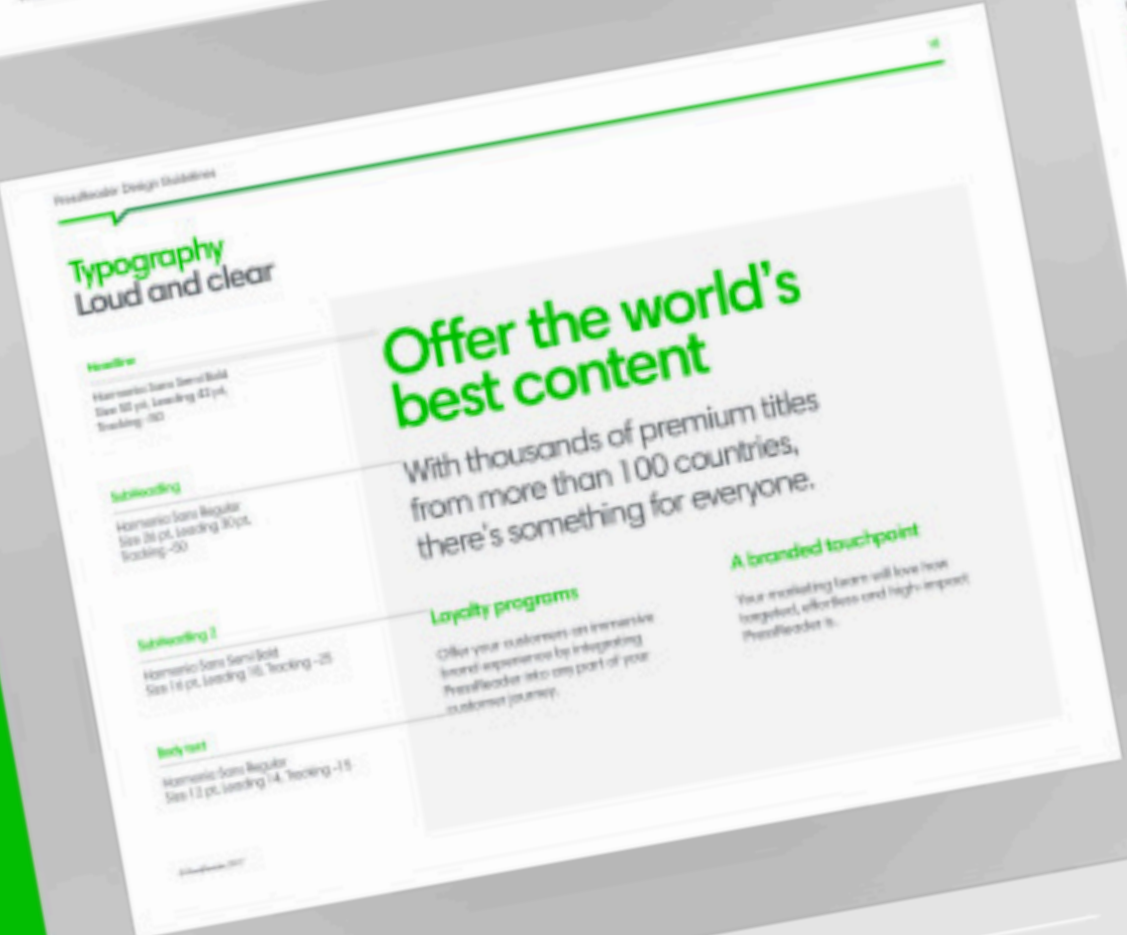
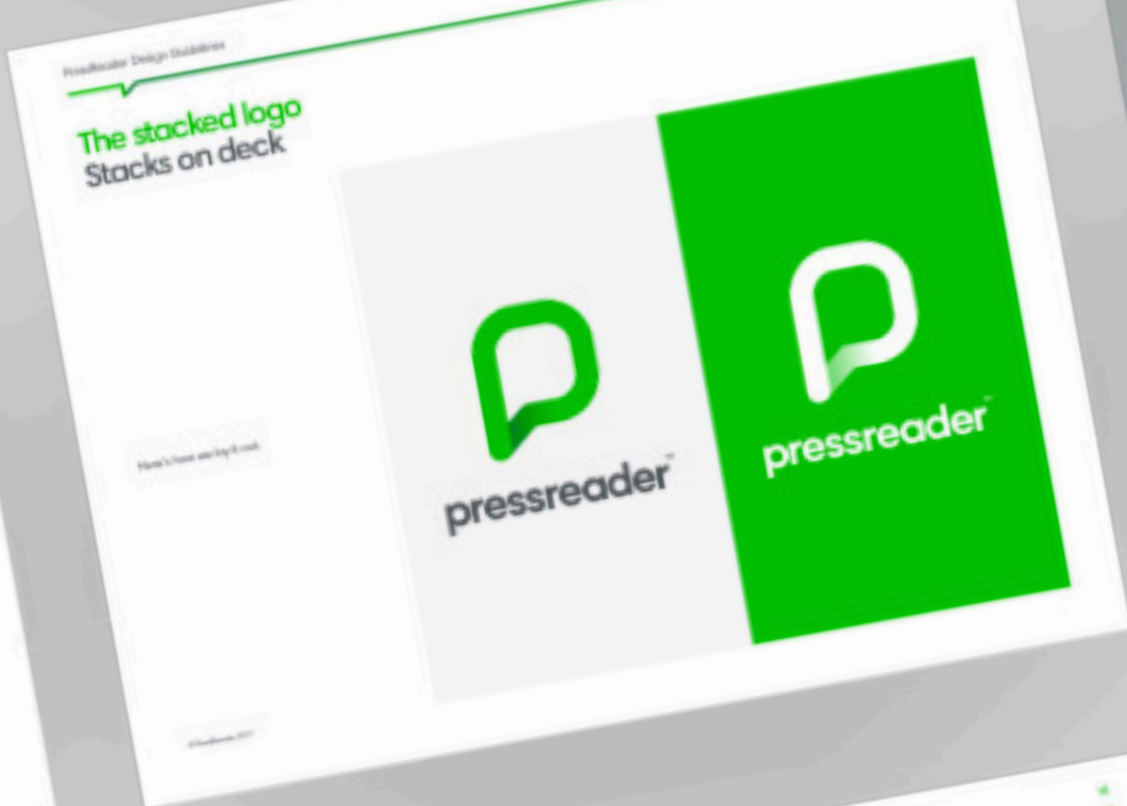
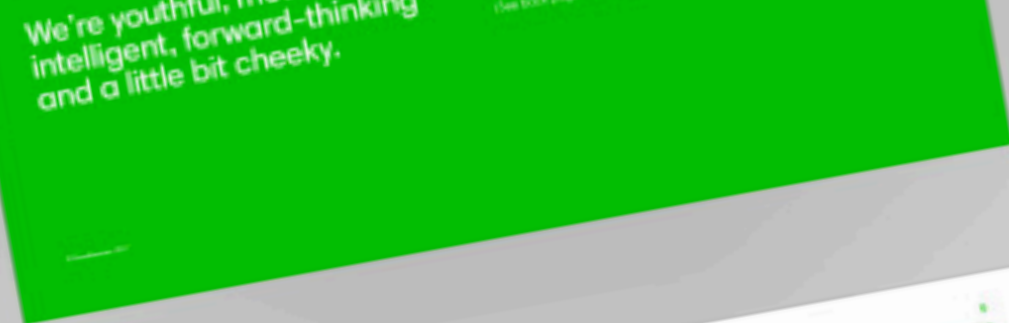
визитка



стрит-борд



баннер



Брендинг. Бизнес или картинки?

Часть четвертая.
Как строить бренд.

Спасибо