



ПРОЕКТ:

**«Разработка торговой марки для компании по производству и продаже паркета из массива термодревесины с замком click,
г. Иркутск**

ВВОДНЫЕ ДАННЫЕ

Объект разработки торговой марки: массивная паркетная термообработанная доска с замком клик.

Особенность: Российское производство по немецкой технологии на немецком оборудовании.

Рынок сбыта: Россия.

Особые пожелания: На немецком языке, ассоциации с немецким качеством.

Цели создания торговой марки:

- 1) Вывод на рынок и продвижение собственной продукции Компании;
- 2) Отстройка от конкурентов;
- 3) Формирование имиджа компании.

ЭТАПЫ РАБОТЫ НАД ПРОЕКТОМ:

I этап: Сегментирование и позиционирование

II этап: Разработка названия торговой марки

III этап: Разработка слогана-дескриптора

IV этап: Разработка вербальных атрибутов торговой марки (Бренд-бук)

СОДЕРЖАНИЕ РАБОТ НА КАЖДОМ ЭТАПЕ:

I этап: Сегментирование и позиционирование

1. Характеристика брендируемого продукта (свойства-преимущества-выгоды)
2. Анализ целевой аудитории (физ.лица, юр.лица)
3. Анализ конкуренции в отрасли (способы конкуренции, позиционирование, уровень цен и т.д.)
4. Позиция продукции компании относительно конкурентов
5. Позиционирование продукции относительно потребителей. Вербальный атрибуты торговой марки.

II этап: Разработка названия торговой марки

Отраслевой рынок, для которого создавалась новая торговая марка высококонкурентен. Для названий торговых марок рынка напольных покрытий характерны следующие черты:

1. большинство названий торговых марок пишется на латинице, состоят из немецких, английских слов или гибридов из немецких и английских слов.
2. Все первичные слова, которые обозначают ключевые отраслевые понятия, уже используются в чистом виде и ожидаемых словосочетаниях.

Поэтому, для создания конкурентоспособного уникального названия было отдано предпочтение неологизмам, гибридам отраслевых терминов (по типу

Nokia, Microsoft, Google).

В процессе работы было разработано 48 названий, состоящих из отраслевых терминов, или слов, обозначающих ценности новой торговой марки? которые потом прошли проверку через 5 фильтров.

1 фильтр: Уникальность

2 фильтр: Отсутствие негативных значение новообразованных слов в немецкой и английской лексике (привлекались консультанты).

3 фильтр: Оценка маркетингового потенциала.

4 фильтр: Оценка фокус-группой.

5 фильтр: Фоносемантический анализ.

В результате тестирования было отобрано 13 названий.

Выбор заказчика – см. ниже.

III этап: Разработка слогана-дескриптора

НАЗНАЧЕНИЕ ДЕСКРИПТОРА:

Обозначение товарной ниши, позиционирования, содержания и товарных границ продукции, продвигаемой под данной торговой маркой.
Отражение ценностей бренда.

Используется:

- для размещения в логотипе (как в примере →);
- для формулирования title при продвижении в поисковых системах интернета;
- для оформления фирменных рекламносителей (электронных и печатных).

В результате было разработано 12 вариантов дескриптора.

Выбор заказчика – см. ниже.

IV этап: Разработка вербальных атрибутов торговой марки (Бренд-бук)

Содержание бренд-бук:

1. Задачи, которые выполняет брендбук компании
2. Описание торговой марки
3. Характеристика продукта
4. Конкуренция
5. Ключевые атрибуты бренда
6. Ценности бренда

ВАРИАНТЫ НАЗВАНИЙ ТОРГОВОЙ МАРКИ:

№	Название	Суммарный балл	Комментарии
1	Rein Bor	30	«Rein» от нем. «чистый» + слово «БОР» на латинице
2	Dubrava	30	«Дубрава» на латинице
3	Pol Wert	30	Стилизация под Имя-Фамилию. Слово «Пол» написано на латинице в стилистике французского имени. «Wert» - с нем. Ценность, от слова «wertvoll» - ценный
4	Pol Stark	29	Стилизация под Имя-Фамилию. Слово «Пол» написано на латинице. «Stark» с нем. Крепкий.
5	Baumen	28	От нем. «Bau» - строительство, «Baum» - дерево, и англ. «man» - человек.
6	Starkmann	28	Стилизация под Фамилию. От нем. «Stark» - сильный, мощный, крепкий и окончания фамилии, характерное для немецкого языка («mann» -человек).
7	Reinwood	27	«Rein» от нем. чистый + «wood» от англ. «wood» древесина.
8	Starkwood	26	От нем. «Stark» - сильный, мощный, крепкий и от англ. «wood» древесина.
9	Pol Zimmermann	25	Стилизация под Имя-Фамилию. Пол Плотник.
10	Bauden	24	Гибрид немецких слов «Bau» - строительство, и «Bouden» - пол
11	Mas-holz	24	«Mas» - начало немецких слов массивный, мастер, массовый. «Holz» -от нем. древесина
12	Wertwood	24	«Wert» - с нем. Ценность, от слова «wertvoll» - ценный, . «wood» от англ. древесина.
13	Freshwood	23	Образовано от английских слов «Fresh», свежий и ««wood», древесина.

ВАРИАНТЫ ДЕСКРИПТОРА

1. Массивная паркетная термообработанная доска с замком клик
2. Паркет из массива с замком клик
3. Термо●Массив●Паркет с замком●Клик
4. Массивный паркет по доступным ценам
- 5. Паркет из массива по лучшим ценам**
6. Российский элитный паркет по доступным ценам
7. Народный массивный паркет
8. Массивный паркет. Сделано в России
9. Российский массивный паркет по немецкой технологии
10. Массивный паркет. Доступно. Надежно. Экологично.
11. Массивная паркетная доска от российского производителя
12. Паркет из термодоски по лучшим ценам.

ВАРИАНТЫ ЛОГОТИПА ДЛЯ ВЫБРАННОГО НАЗВАНИЯ И ДЕСКРИПТОРА:

