



ЦЕНТР ПРОЕКТИРОВАНИЯ БРЕНДОВ



OPENCORE – АЛГОРИТМ УСПЕХА ДЛЯ ВАШЕГО БИЗНЕСА

МЫ ПРОЕКТИРУЕМ ПРОДУКТЫ И УСЛУГИ
С ВЫСОКОЙ ДОБАВЛЕННОЙ СТОИМОСТЬЮ
И ВЫСОКОТОЧНЫЕ СИСТЕМЫ КОММУНИКАЦИЙ



МЫ СОПРОВОЖДАЕМ КЛИЕНТОВ НА ВСЕХ ЭТАПАХ – ОТ БИЗНЕС-ИДЕИ ДО ВЫХОДА НА РЫНОК:

- **РАЗРАБОТКА/МОДЕРНИЗАЦИЯ ПРОДУКТА/УСЛУГИ И ПРОДУКТОВОГО ПОРТФЕЛЯ**

на основе потребительских предпочтений и трендов рынка

- **РАЗРАБОТКА/ОПТИМИЗАЦИЯ АРХИТЕКТУРЫ БРЕНДА –**

выявление брендов в самом высоком рыночном потенциале, снижение риска внутренней конкуренции

- **РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИИ БРЕНДА –**

план развития бренда, построенный на знании потребителя, рынка и трендов, конкурентов, специфике продукта/услуги

- **РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ –**

план маркетинговых активностей по выстраиванию коммуникации с потребителем

- **ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ БЮДЖЕТА МАРКЕТИНГА –**

определение эффективных каналов сбыта и продвижения

- **ПОМОЩЬ В ПОДГОТОВКЕ ВЫВОДА ПРОДУКТА НА РЫНОК**

минимизация усилий, стоимости и сроков вывода

- **ПРОВЕДЕНИЕ/СОПРОВОЖДЕНИЕ ИССЛЕДОВАНИЙ –**

качественные и количественные исследования потребителей

- **РАЗРАБОТКА ВЕРБАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ –**

название компании/бренда, слоган

- **РАЗРАБОТКА ВИЗУАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЙ БРЕНДА**

- логотип
- фирменный стиль
- упаковка
- веб-сайт
- рекламные носители
- интерьер/экстерьер
- униформа
- выставочные площади

- **РАЗРАБОТКА АУДИАЛЬНЫХ И ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИХ КОММУНИКАЦИЙ –**

джингл, фирменная мелодия, фирменный вкус, аромат, фактуры



ГЛАВНАЯ ЗАДАЧА КАЖДОГО ПРОЕКТА —
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ БИЗНЕСА
И РОСТ ПРИБЫЛИ НАШИХ КЛИЕНТОВ:

- **УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ И ДОЛИ РЫНКА**
- **УПРАВЛЕНИЕ ВЫБОРОМ ПОТРЕБИТЕЛЯ**
- **ФОРМИРОВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ**



НАША СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ:

- **ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ БРЕНДИНГ**
- **КОРПОРАТИВНЫЙ БРЕНДИНГ**
- **РИТЕЙЛ-БРЕНДИНГ**



КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:

- **ТОЧНАЯ ТЕХНОЛОГИЯ** ПРОЕКТИРОВАНИЯ БРЕНДОВ, ГАРАНТИРУЮЩАЯ ПРОГНОЗИРУЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ
- **ОБУЧЕНИЕ КОМАНДЫ КЛИЕНТА** ПЕРЕДОВЫМ ТЕХНОЛОГИЯМ РАЗРАБОТКИ И УПРАВЛЕНИЯ БРЕНДАМИ
- **ЭКСПЕРТНЫЙ ОПЫТ** НА ВЫСОКОКОНКУРЕНТНЫХ РЫНКАХ В РАЗЛИЧНЫХ КАТЕГОРИЯХ



МЫ ПРОЕКТИРУЕМ ПРОДУКТЫ И КОММУНИКАЦИИ
НА ОСНОВЕ ПОВЕДЕНЧЕСКОЙ МОДЕЛИ PSYCHEA[®],
КОТОРАЯ ПОЗВОЛЯЕТ БЫСТРО И ТОЧНО СЕГМЕНТИРОВАТЬ
ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА ОСНОВАНИИ СЛЕДУЮЩИХ КРИТЕРИЕВ:

- **КОНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ** (ФИЗИОЛОГИЯ, ГОЛОС)
- **ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ**
- **ЦЕННОСТНЫХ**
- **МОТИВАЦИОННЫХ**
- **КОГНИТИВНЫХ** (МЫШЛЕНИЕ)
- **ЛИНГВИСТИЧЕСКИХ** (РЕЧЬ)



КАК РАБОТАЕТ МОДЕЛЬ PSYSCHEA® И ЧТО ОНА ДАЕТ ВАШЕМУ БИЗНЕСУ?

ОПРЕДЕЛЯЕМ

целевую аудиторию
продукта/услуги



АНАЛИЗИРУЕМ

представителей целевой
аудитории по модели Psychea®
более чем по 120 параметрам



АДАПТИРУЕМ

продукты/услуги и коммуникацию
к спецификам восприятия целевой
аудитории и ее принципам
принятия решений.







**УВЕЛИЧИВАЕМ
ЭФФЕКТИВНОСТЬ
ПРОДАЖ НА 35%***

* 35% – средний показатель эффективности модели Psychea®.
Эффективность модели составляет от 15% до 150%.
Более подробная информация о эффективности модели
предоставляется по запросу.







БАЗОВЫЙ УРОВЕНЬ СЕГМЕНТАЦИИ (1-й из 32-х) ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ ПО МОДЕЛИ PSYCHEA®





ГЕДОНИСТЫ

-  Гедонизм, новизна, статус
-  Ситуативно от окружения
-  Поверхностно без структуры
-  Импульсивно, демонстративно





ЭСТЕТЫ


-  Принадлежность, защищенность, миролюбие
-  Чувства
-  Общие категории без структуры
-  Ситуативно, избегание принятия решений


НЕЗАВИСИМЫЕ

-  Достижение целей, стратегия, индивидуальность
-  Собственное понимание, внутренний мир
-  Логика, целостность, ориентация на цели
-  Последовательно, взвешенно, осмысленно


ТРАДИЦИОНАЛИСТЫ

-  Контроль, власть, стабильность, порядок
-  Конкретика, факты
-  Псевдо логика, застревание
-  Инертно, с оглядкой на нормы общества

 Потребности клиента

 Восприятие информации

 Осмысление информации

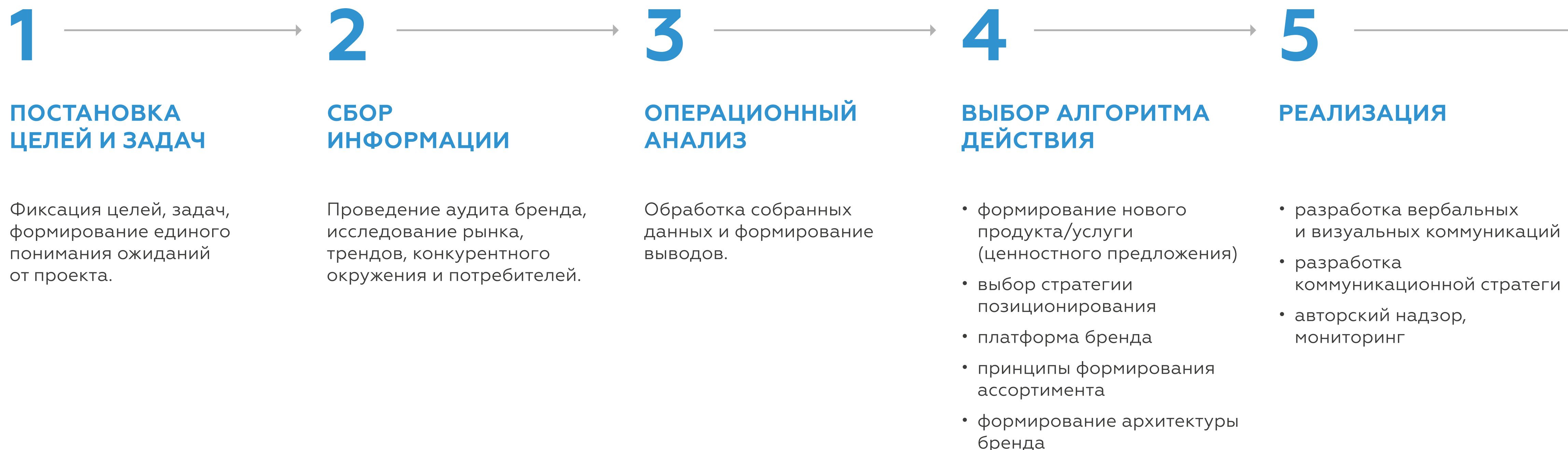
 Принципы принятия решения

ЭФФЕКТИВНОСТЬ СИСТЕМ ПРОФИЛИРОВАНИЯ
И СЕГМЕНТИРОВАНИЯ, ИСПОЛЬЗОВАННЫХ
В МОДЕЛИ **PSYCHEA®**, **ПОДТВЕРЖДЕНА**
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНЫМИ И ПРИКЛАДНЫМИ СПОСОБАМИ,
СИСТЕМЫ ОПИСАНЫ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ЛИТЕРАТУРЕ
И ШИРОКО ПРИМЕНЯЮТСЯ ВО ВСЕМ МИРЕ.

РОСТ ОСНОВНЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ БИЗНЕСА
ПОСЛЕ ВНЕДРЕНИЯ СИСТЕМЫ: от **15** до **150%**



АЛГОРИТМ ПРОЕКТИРОВАНИЯ БРЕНДА: 5 КЛЮЧЕВЫХ ЭТАПОВ



Подробнее о технологии проектирования вы можете узнать [на сайте](#)



1 ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ

ПОГРУЖЕНИЕ В ТЕХНОЛОГИЮ

Презентация технологии
лицам, принимающим решения

ГЛУБИННЫЕ ИНТЕРВЬЮ С ЛПР

Глубинные интервью по методике
SCORE с лицами, принимающими
решение

ПОСТАНОВКА ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ

Фиксация единого понимания
целей и задач проекта с лицами,
принимающими решения

Подробнее о технологии проектирования вы можете узнать [на сайте](#)



2 СБОР ИНФОРМАЦИИ

ВНУТРЕННИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ (АУДИТ БРЕНДА)

Аудит позволяет оценить, насколько составляющие вашего бренда (продукт, платформа, вербальные и визуальные коммуникации, коммуникационная стратегия) соответствуют целям и поддерживают друг друга, в чем заключаются сильные и слабые стороны бренда.

- **ГЛУБИННОЕ ИНТЕРВЬЮ С ДИРЕКТОРОМ ПО МАРКЕТИНГУ ИЛИ С ЛИЦОМ, ВЫПОЛНЯЮЩИМ ЕГО ОБЯЗАННОСТИ**
(видение рынка, трендов, конкурентного окружения)
- **ГЛУБИННОЕ ИНТЕРВЬЮ С ДИРЕКТОРОМ ПО ПРОДАЖАМ ИЛИ С ЛИЦОМ, ВЫПОЛНЯЮЩИМ ЕГО ОБЯЗАННОСТИ**
(портрет потребителя, его потребности)
- **ВОРКШОП С ПРОЕКТНОЙ КОМАНДОЙ КЛИЕНТА**
(видение продукта/услуги)

ВНЕШНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Собираем данные о рынке и конкурентах и глубинно изучаем потребителя, что позволяет формировать востребованные продукты и услуги, а также сокращать расходы на этапе внедрения.

- **ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА И ТРЕНДОВ**

Для выбора успешной стратегии необходимо изучить рынок: оценить его объем, стадию жизненного цикла, характер конкуренции, потенциал и другие параметры. Анализ трендов позволяет проектировать продукты, актуальные потребностям целевой аудитории.

- **ИССЛЕДОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОГО ОКРУЖЕНИЯ**

Знание слабых и сильных сторон бизнеса конкурентов, маркетинга и продукта дает возможность создать предложение, способное закрыть те потребности целевой аудитории, которые не закрывают предложения конкурентов.

- **ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ**

Чтобы создавать востребованные продукты, необходимо глубокое понимание потребностей и мотивов целевой аудитории.

Подробнее о технологии проектирования вы можете узнать [на сайте](#)



3 ОПЕРАЦИОННЫЙ АНАЛИЗ

АНАЛИЗ СОБРАННЫХ ДАННЫХ

Анализируем собранные данные, выделяем самое важное.

ФОРМИРОВАНИЕ ВЫВОДОВ

Формирование отчета с основными выводами по всем проведенным исследованиям.

ПРЕЗЕНТАЦИЯ КЛЮЧЕВЫХ ВЫВОДОВ ЛПР

Презентация ключевых выводов по всем проведенным исследованиям лицами, принимающими решение



4 ВЫБОР АЛГОРИТМА ДЕЙСТВИЯ

ПРОЕКТИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ БРЕНДА

Стратегия бренда — план развития, построенный на знании специфики продукта или услуги, потребителя, рынка, трендов и конкурентного окружения.

Стратегия позволит проверять все принимаемые решения на соответствие долгосрочным целям бренда.

СТРАТЕГИЧЕСКАЯ СЕССИЯ С КОМАНДОЙ КЛИЕНТА

Стратегическая сессия позволяет объединить компетенции и знания ключевых сотрудников компании для выбора наиболее точного позиционирования компании и формирования единого видения будущего, а также вовлечь их в продуктивную деятельность по проектированию бренда.

- **ОБУЧЕНИЕ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ КЛИЕНТА**
технологиям проектирования и управления брендом
- **ПРЕЗЕНТАЦИЯ СТРАТЕГИИ БРЕНДА**
проектной команде клиента
- **WORKSHOP С ПРОЕКТНОЙ КОМАНДОЙ**
по проектированию платформы бренда

ФИНАЛИЗАЦИЯ СТРАТЕГИИ. РАЗРАБОТКА БРЕНДБУКА

Формирование системы принципов и правил, которая является ключевым инструментом управления брендом.

Брендбук — основной инструмент для контроля качества бренда на всех стадиях его жизненного цикла. Брендбук помогает придерживаться выбранной стратегии и стандартизировать все рабочие процессы.

- **ЛЕГЕНДА БРЕНДА**
- **ПРОДУКТОВАЯ СТРАТЕГИЯ**
- **ПЛАТФОРМА БРЕНДА**
- **ПРАВИЛА КОММУНИКАЦИЙ**

Подробнее о технологии проектирования вы можете узнать [на сайте](#)



5 РЕАЛИЗАЦИЯ

КОММУНИКАЦИИ БРЕНДА

Разработка названия, фирменного стиля, упаковки и других носителей. Коммуникации бывают 4-х видов:

- **ВЕРБАЛЬНЫЕ**
(название, слоган)
- **ВИЗУАЛЬНЫЕ**
(логотип, фирменный стиль, упаковка, корпоративные материалы, веб-сайт, рекламные носители, интерьер и экстерьер, транспорт, униформа, выставочные площади)
- **АУДИАЛЬНЫЕ**
(джингл, фирменная мелодия)
- **ОРГАНОЛЕПТИЧЕСКИЕ**
(фирменный вкус, аромат, фактуры)

КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

Задача коммуникационной стратегии — определение сегмента потребительской аудитории, на который будет направлена коммуникация в заданном временном периоде, определение каналов и форматов, в которых она должна вестись, а также принципов формирования коммуникационных сообщений в рамках стратегии развития бренда.

АВТОРСКИЙ НАДЗОР

Чтобы внедрение происходило по плану, необходим авторский надзор. При реализации могут возникнуть непредвиденные обстоятельства, требующие профессионального авторского вмешательства во избежание ухода в сторону от разработанной стратегии.

Особенно важно авторское сопровождение проекта на стадии создания креатива для рекламной кампании и его воплощения в жизнь. Компетенция наших специалистов позволяет контролировать этот процесс от начала и до конца.

МОНИТОРИНГ

Мониторинг необходим на этапе продвижения бренда, чтобы контролировать и корректировать стратегию продвижения. Мы составляем список показателей, регистрируем их значения через определенные промежутки времени и сопоставляем их изменения с изменениями положения бренда на рынке, анализируем, делаем выводы и корректируем коммуникации при необходимости.

Подробнее о технологии проектирования вы можете узнать [на сайте](#)



В СТОИМОСТЬ КАЖДОГО ПРОЕКТА ВКЛЮЧЕНО
ПОГРУЖЕНИЕ ПРОЕКТНОЙ КОМАНДЫ КЛИЕНТА
В ТЕХНОЛОГИЮ PSYCHEA®.

**ТАК ЖЕ МЫ ГОТОВЫ ПРЕДЛОЖИТЬ ВАМ
РАСШИРЕННЫЕ ОБУЧАЮЩИЕ КУРСЫ, КОТОРЫЕ
МОЖНО ЭФФЕКТИВНО ПРИМЕНЯТЬ В РАЗНЫХ
ОБЛАСТЯХ БИЗНЕСА.**

Подробнее о вариантах обучения вы можете узнать [на сайте](#)



ШКОЛА ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ™ –
ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ПРИМЕНЕНИЮ
ПОВЕДЕНЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ
ВО ВСЕХ КЛЮЧЕВЫХ БИЗНЕС-ПРОЦЕССАХ:

- **МАРКЕТИНГ И БРЕНДИНГ**
- **ПЕРЕГОВОРЫ И ПРОДАЖИ**
- **КАДРОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ**
- **СОЗДАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ СИСТЕМЫ**
- **КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ**

Подробнее о вариантах обучения вы можете узнать [на сайте](#)



КАКИМИ НАВЫКАМИ ВЫ БУДЕТЕ ОБЛАДАТЬ ПОСЛЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ОБУЧЕНИЯ:

- **ОСОЗНАННО АНАЛИЗИРОВАТЬ ПОВЕДЕНИЕ ЛЮДЕЙ**

Вы точно знаете, почему люди ведут себя именно так и на что ориентируются, принимая решения.

- **БЫСТРО И ДОСТОВЕРНО ОПРЕДЕЛЯТЬ ПОТРЕБНОСТИ И ЦЕННОСТИ, МОТИВЫ И СТИМУЛЫ, ЛЕЖАЩИЕ В ОСНОВЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ**

Вы легко попадаете в точку со своими ценностными предложениями.

- **ТОЧНО ВЫБИРАТЬ МЕТОДЫ И ИНСТРУМЕНТЫ АНАЛИЗА ПОВЕДЕНИЯ**

Вы четко прогнозируете развитие событий и бизнес-процессов.

- **ПОВЫСИТЬ УРОВЕНЬ СВОЕГО ЭМОЦИОНАЛЬНОГО ИНТЕЛЛЕКТА**

Вы значительно экономите время на адаптацию в социуме себя и своих идей.

- **УЧИТЫВАТЬ ОСОБЕННОСТИ РЕСУРСНЫХ СОСТОЯНИЙ ЧЕЛОВЕКА, ПРОЦЕССА РАСПРЕДЕЛЕНИЯ ЭТИХ РЕСУРСОВ И СТРАТЕГИЮ ИХ ПОЛУЧЕНИЯ**

Вы научитесь подбирать ключ к формированию контекста принятия решений.

- **УМЕТЬ ПОДБИРАТЬ И КОМБИНИРОВАТЬ ИНСТРУМЕНТЫ КОММУНИКАЦИЙ С ЛЮБЫМИ АУДИТОРНЫМИ ГРУППАМИ ДЛЯ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ**

Вы ясно понимаете, как окружающие воспринимают вас и ваше поведение, почему получается или не получается договориться/достичь соглашения.

- **БЫСТРО И ЭФФЕКТИВНО ВЫСТРАИВАТЬ СТРАТЕГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ**

(личного, делового, социального) без лишних затрат времени и энергии.





БУДЕМ РАДЫ СОТРУДНИЧЕСТВУ

Москва, Artplay
ул. Нижняя Сыромятническая,
дом 10, строение 44, оф. 209

+7 (495) 773-48-05
ml@opencore.pro

www.opencore.pro

