

Стратегический брендинг для достижения лидерства на рынке

Интерактивное оглавление

<u>О нас</u>	3
Проекты	
<u>Разработка названий</u>	16
<u>Корпоративный брендинг</u>	17
<u>Потребительский брендинг</u>	78
<u>HR-брендинг</u>	130
<u>Брендинг упаковки</u>	160
<u>Методология разработки бренда</u>	189
<u>Контактная информация</u>	218

Полное портфолио проектов

Брендинговое агентство, которое помогает выигрывать гонку за рост продаж, долю рынка и лояльность целевой аудитории

18 лет экспертизы

В 2005 году основатель
агентства Орепоре
разработал первый бренд

Создаем бренды- лидеры

Разработанные нами бренды
становятся признанными
лидерами в своих категориях

Побеждаем на фестивалях

Являемся призерами
крупнейших отраслевых
конкурсов и фестивалей

Задаем стандарты отрасли

Разрабатываем и внедряем
востребованные в отрасли
методики и технологии

VC
.ru

[Наш блог о брендинге на VC.ru](#)

Сопровождаем клиентов на всем пути создания и развития бренда



Исследования

Определим целевую аудиторию и ее особенности, проанализируем тренды рынка, предложения и коммуникации конкурентов



Коммуникации

Разработаем название, слоган, фирменный стиль, носители фирменного стиля, презентационные материалы, мерч, брендбук и многое другое



Стратегия

Создадим ценностное предложение, эффективную брендинговую и коммуникационную стратегии, помогающие отстроиться от конкурентов



Диджитал

Запустим продающий сайт, создадим контент и обеспечим ведение соцсетей, разработаем и запустим рекламу в интернете

Награды '22-23



Крупнейший в России фестиваль
рекламы и маркетинговых коммуникаций

OPMCR



ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ

по разработке нового бренда
SM XXII*, bronze



ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ

по разработке дизайна бренда
SM XXII*, silver



ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ

по разработке имени бренда
SM XXIII*, bronze



ЛУЧШИЙ ПРОЕКТ

по разработке HR-бренда
SM XXIII*, bronze



ЛУЧШАЯ СОДЕРЖАТЕЛЬНОСТЬ

и выразительность коммуникаций HR-бренда
SM XXIII*, special prize

Работа с Opencore – это комфорт, спокойствие и обучение новым инструментам

1

Трансформируем самые сложные проекты в набор простых и понятных шагов

Мы создали уникальный технологический стек, который позволяет точно формировать задачи, дает четкие критерии оценки и возможность получать желаемый результат с первого раза, быстро двигаясь к цели.

2

Собственная база проведенных исследований и разработанных стратегий

На основе реализованных проектов мы создали большую базу исследований и эффективных стратегий, которая позволяет разрабатывать проекты вне категорийных рамок, находить скрытые инсайты и прорывные идеи.

3

Кросс-функциональная опытная команда

Команда – наша ключевая ценность. С вами будут работать высококвалифицированные специалисты с мультидисциплинарным опытом, увлеченные профессией и глубоко погруженные в проект.

Основатели

Михаил Леликов и Карина Борисенко — признанные эксперты отрасли, авторы множества профессиональных статей, спикеры Высшей Школы Брендинга, Яндекс. Практикум, профильных форумов и фестивалей.

We
branding

Основатели крупнейшего в России профессионального брендингового сообщества We branding.

**Инвестиции в разработку сильного бренда –
ваша возможность получить значимое
преимущество перед конкурентами
и усилить свои позиции на рынке**

Работаем с лидерами рынка и теми, кто стремятся ими стать

11 наших клиентов входят
в рейтинг крупнейших
компаний России* РБК 



Мы гордимся успешным опытом работы в самых разных категориях и с особой вовлеченностью беремся за новые рынки

Информационные технологии

Недвижимость

Финансовые и консалтинг

Автомобилестроение

Лесная промышленность

Сельское хозяйство

Нефть и газ

Ритейл, кафе и рестораны

Продукты питания и напитки

Медицина и фармацевтика

Парфюмерия и косметика

Красота и здоровье

Искусство

и многие другие...

Opencore — единственное агентство, которое гарантирует результат

Мы уверены в качестве нашей работы, поэтому даем гарантию на возврат денег, если вас не устроит результат работы*



Opencore разработали и обосновали решение, которое точно подходило под нашу целевую аудиторию.

Александр Короткий,
владелец компании, девелопер (Larsen park)



С помощью Opencore нам удалось чётко сегментировать аудиторию, нам стало понятно, как развивать наш продукт.

Константин Каменский,
директор по продажам (Aplaut)



Opencore показали себя профессиональным партнёром, мы получили результат, на который рассчитывали, качественно и в срок.

Владимир Ружников,
начальник отдела дизайна (Росатом)



Здорово, что у Opencore есть чёткие критерии для оценки результата. Формирование бренда стало закономерным, ярким и адаптивным решением для команды и рынка в целом.

Анна Шишкина,
директор по маркетингу (Touch)



Opencore предложили алгоритм изменений, по которому мы двигались спокойно и последовательно. Результатом стало создание целостного образа компании.

Юлия Вербицкая,
руководитель отдела маркетинга (Naumen)

Выражаем благодарность агентству Opencore за проделанную работу в рамках разработки стратегии HR-бренда Segezha Group.

Оксана Тихонова,
член правления, вице-президент
по управлению персоналом (Segezha Group)



* Возврат денежных средств предусмотрен на этапах вербальных и визуальных коммуникаций для проектов, включающих в себя проведение полного комплекса исследований. Полные условия предоставления гарантии уточняйте у менеджера.

FAQ. Зачем нужен брендинг?

Бренд – комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о вашем продукте/услуге/компании, который существует в голове целевой аудитории.

Сильный бренд является мощнейшим инструментом, стимулирующим к покупке и помогает формировать лояльность.

Почему вам нужно инвестировать в профессиональный брендинг?

- Создает добавленную стоимость
- Помогает создавать востребованные продукты/услуги
- Способствует увеличению продаж
- Повышает лояльность целевой аудитории
- Оптимизирует расходы на маркетинг
- Синхронизирует действия внутри вашей команды



Мне неинтересно выигрывать с разницей в одну секунду. Я хочу побеждать с разницей в 10 минут.

Вальтер Рёрль

Первый в истории двукратный чемпион мира по ралли, чемпион Европы и Африки.

FAQ. Аналитика

Орпесcore работает в среднем ценовом сегменте и относится к категории брендинговых агентств с усиленной экспертизой в исследованиях и стратегии, в среднем мы делаем в 2 раза больше проектов с исследованием и стратегией, чем другие агентства.

Стоимость разработки бренда*:

Верхний ценовой сегмент	5 546 000 ₽
Средний ценовой сегмент	2 607 000 ₽
Низкий ценовой сегмент	847 000 ₽

Этапы разработки бренда:

Исследования	Обязательно
Стратегия бренда	Обязательно
Вербальные коммуникации	Опционально
Визуальные коммуникации	Обязательно

Сроки разработки бренда:

В среднем от 3 до 6 месяцев

* Исследование Ассоциации брендинговых компаний России — АБКР 2022

Типы агентств, предлагающих разработку бренда:

Дизайн-студии

Предлагают исключительно услуги по дизайну без исследований и стратегии бренда.

Как идентифицировать: презентация/сайт и кейсы только про дизайн.

Псевдобрендинговые агентства

Предлагают исследования и стратегию бренда как второстепенные, необязательные услуги, оказывают их по упрощенной системе, делают основной акцент на дизайн.

Как идентифицировать: презентация/сайт про комплексный подход (исследования, стратегия, дизайн), но кейсы только про дизайн (см. перечень оказанных услуг в проектах).

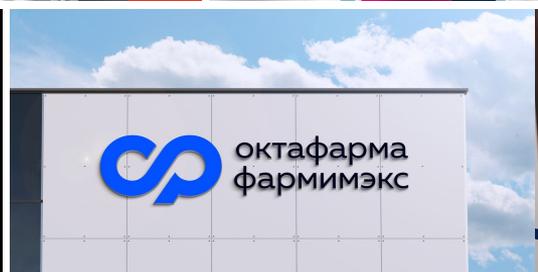
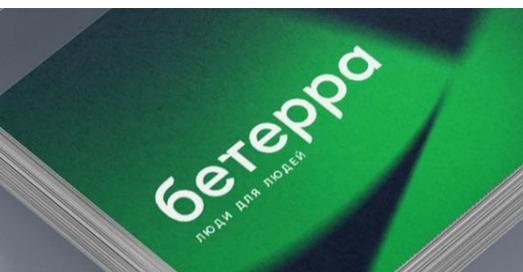
Брендинговые агентства

Разрабатывают бренды с соблюдением всех необходимых этапов и технологии.

Как идентифицировать: презентация/сайт и кейсы про комплексный подход (исследования, стратегия, дизайн).

Сколько необходимо инвестировать в маркетинг и брендинг:

В среднем бизнес тратит 15% от годового оборота, при этом инвестиции сокращаются по мере роста компании. Микробизнес в среднем тратит на продвижение 20%, а крупный бизнес 12%.



Проекты

Разработка названий

Примеры разработанных названий

Ле'Муррр
сеть зоомагазинов

Сеть зоомагазинов
№1 на российском рынке

BORDER

Производитель замков и фурнитуры
№1 на российском рынке

 **Talantix**

CRM для рекрутмента от HH.ru –
крупнейшей российской компании
в области работы с персоналом

beterra
human to human

Консалтинговая компания
(ex Baker Tilly – ТОП-10 в мире)

CHAMPINE
ДОМ С КАМЕРНОЙ АТМОСФЕРОЙ

Жилой комплекс бизнес-
класса
в 15 минутах от Кремля

LARSEN
PARK 

Коттеджный поселок
бизнес-класса на берегу
Можайского водохранилища

Parz Blour
ART RESIDENCE

МЖК бизнес-класса
Parz Blour в Армении

farmingo
КОТТЕДЖНЫЙ ПОСЕЛОК

Коттеджный поселок
Комфорт-класса на берегу
Истринского водохранилища

frealy

Таск-мессенджер
для креативных микрокоманд

 **VAN
VERDEN**

Галерея произведений
современного искусства

Multiplant

Бренд субстратов
и удобрений

Vivid 

Сухие
почвогрунты

OPENCORE

Проекты

Корпоративный брендинг

Разработка бренда Veterra для российского подразделения международной группы компаний

Bakertilly – топ-10 лучших консалтинговых компаний в мире по вопросам налогообложения и аудита. Специализируется на индивидуальных бизнес-решениях, обеспечивающих и поддерживающих рост.

- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Слоган
- Легенда бренда
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Брендбук



Бетерра

Люди для людей

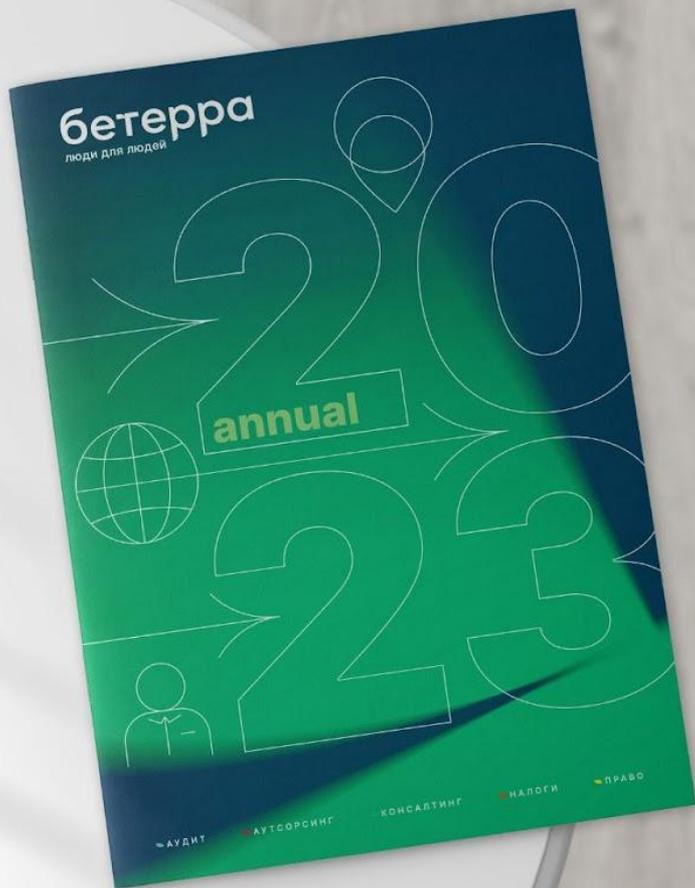
на протяжении многих лет являемся одной из крупнейших компаний в области аутсорсинга учетных функций

[Подробнее](#)









бетерра
люди для людей



Офис
Office

Лифт
Lift

Лестница
Elevator



Ресепшн
Reception

Выход
Exit

Ребрендинг RBPI Group – одного из крупнейших производителей свинины в России



РБПИ Групп — это 19 свиноводческих комплексов в Калининградской, Нижегородской, Белгородской и Воронежской областях. Компания входит в **ТОП-10 крупнейших производителей свинины в России.**



- Внутренние исследования
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Гайдлайн

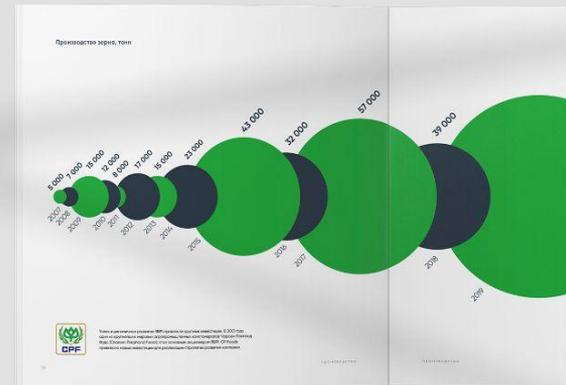
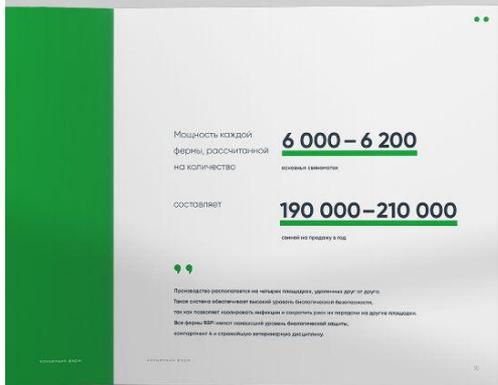


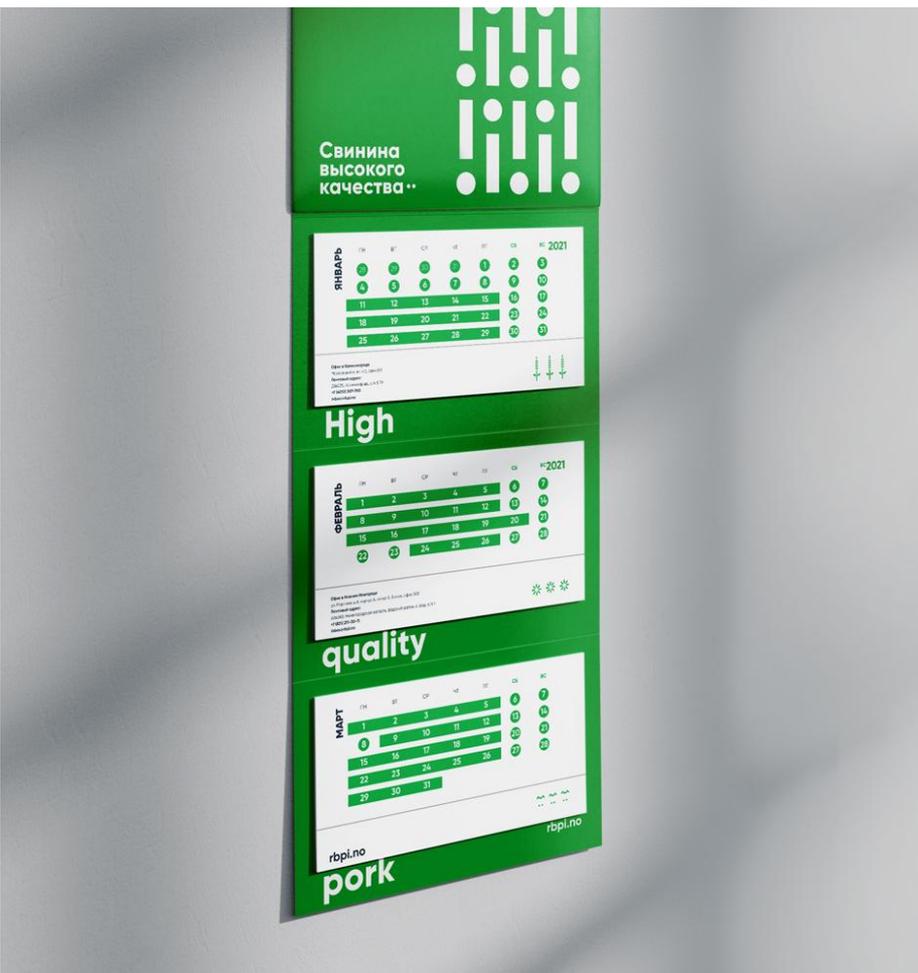
BEFORE



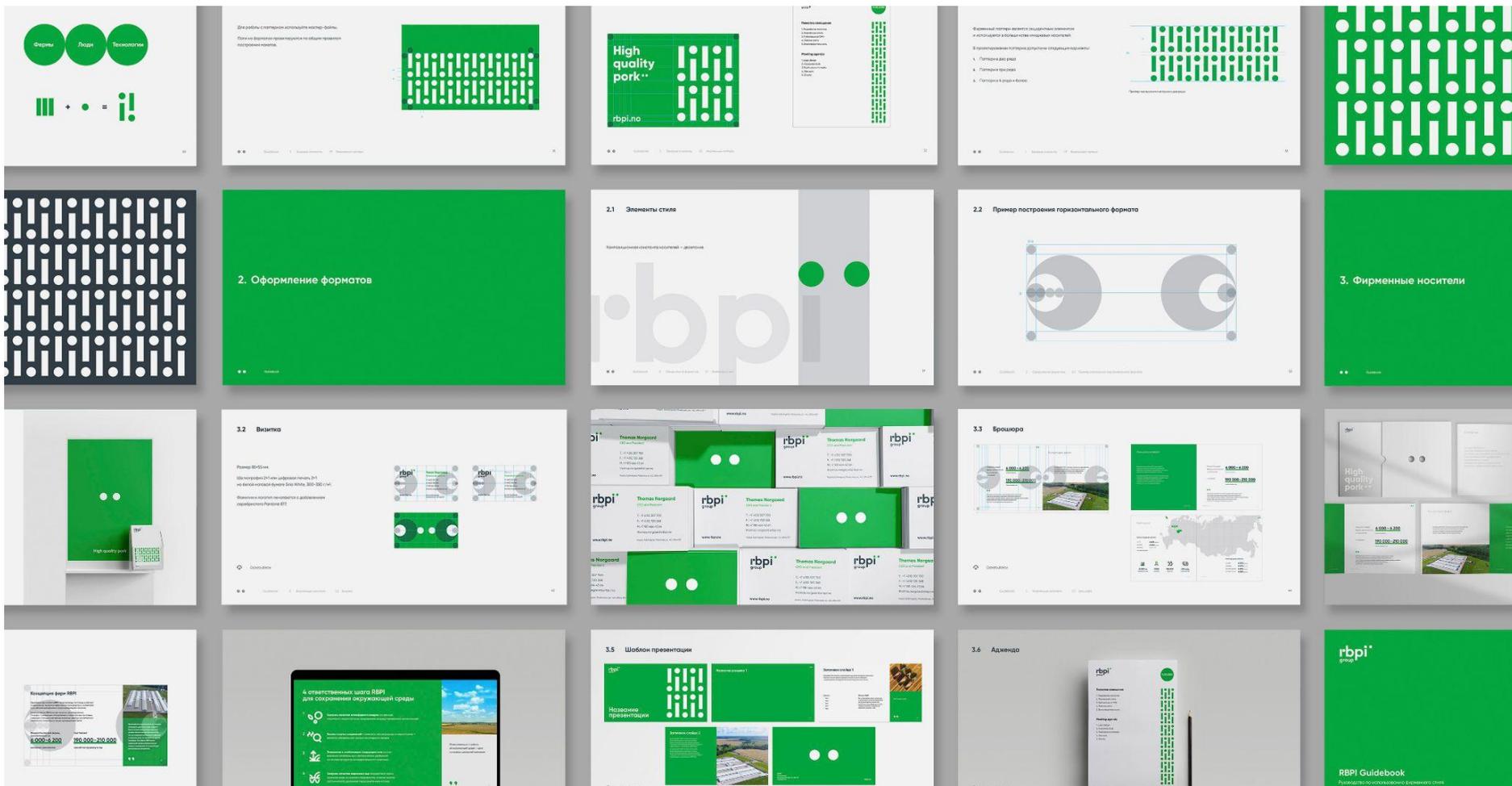
AFTER











Ребрендинг компании Naumen – одного из лидеров российского IT-рынка

NAUMEN

Naumen — лидер на российском рынке ITSM-решений, топ-5 крупнейших игроков российского рынка ИИ-решений, серебряный призер премии «Лучший работодатель» по версии Forbes.

- Аудит бренда
- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Слоган
- Легенда бренда
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Брендбук



NAUMEN

было

NAUMEN

стало

NAUMEN

Цифровая трансформация меняет бизнес

Подзаголовок, раскрывающий суть или дополняющий заголовок первого уровня

Управление IT и сервисным обслуживанием

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Подзаголовок, раскрывающий суть

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Подзаголовок, раскрывающий суть

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis.

Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duiis dolore te feugiat nulla facilisis.



NAUMEN

Клиенты о нас

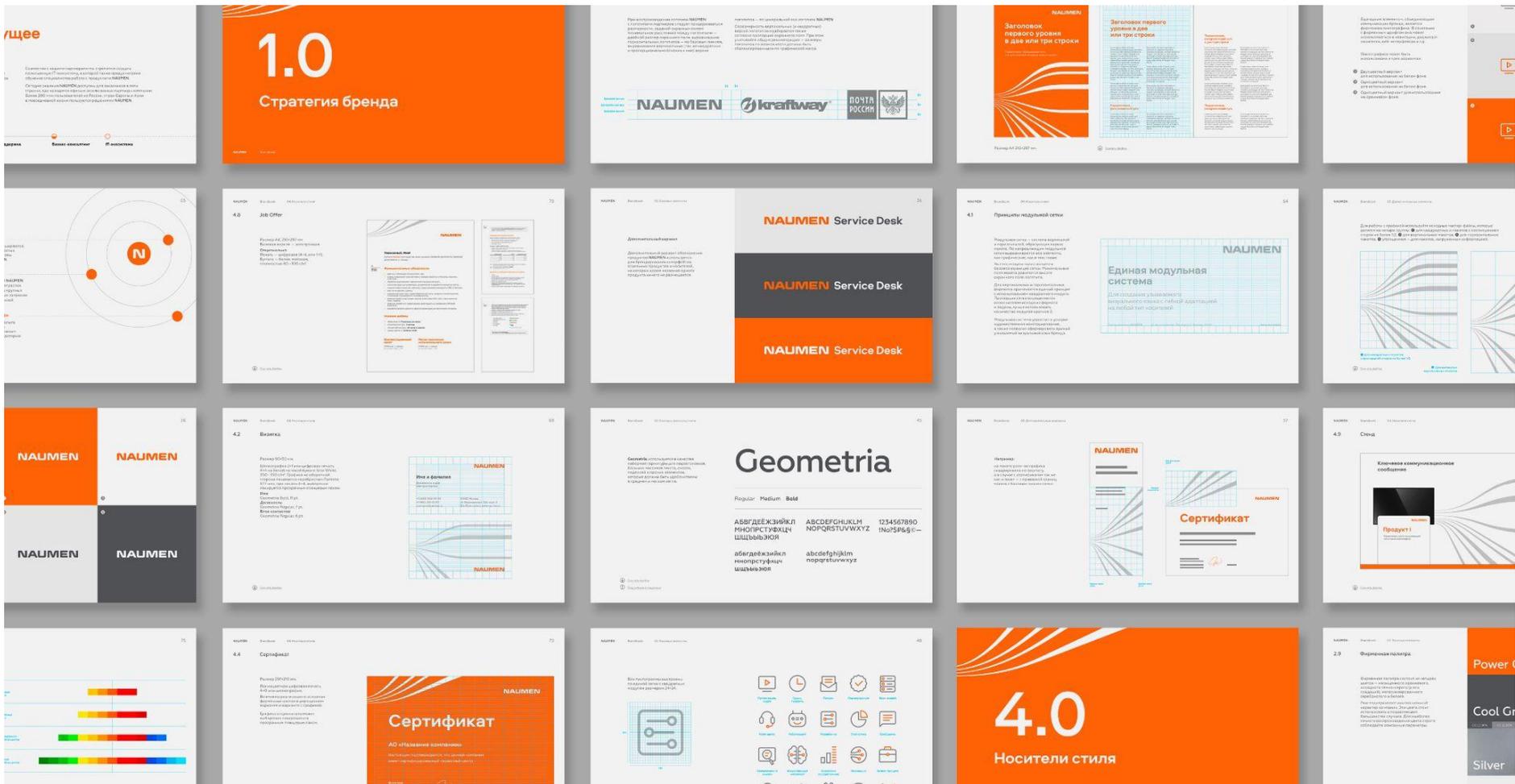
Naumen Service Desk выдерживает высокую нагрузку. Одновременно в системе работают 3500 пользователей.

Количество транзакций в пике – 2 миллиона в час, обеспечивается штатными средствами платформы.

Александр Иванов

Зам. генерального директора по ИТ,
развитию новых продуктов,
«Ижевский комбинат».



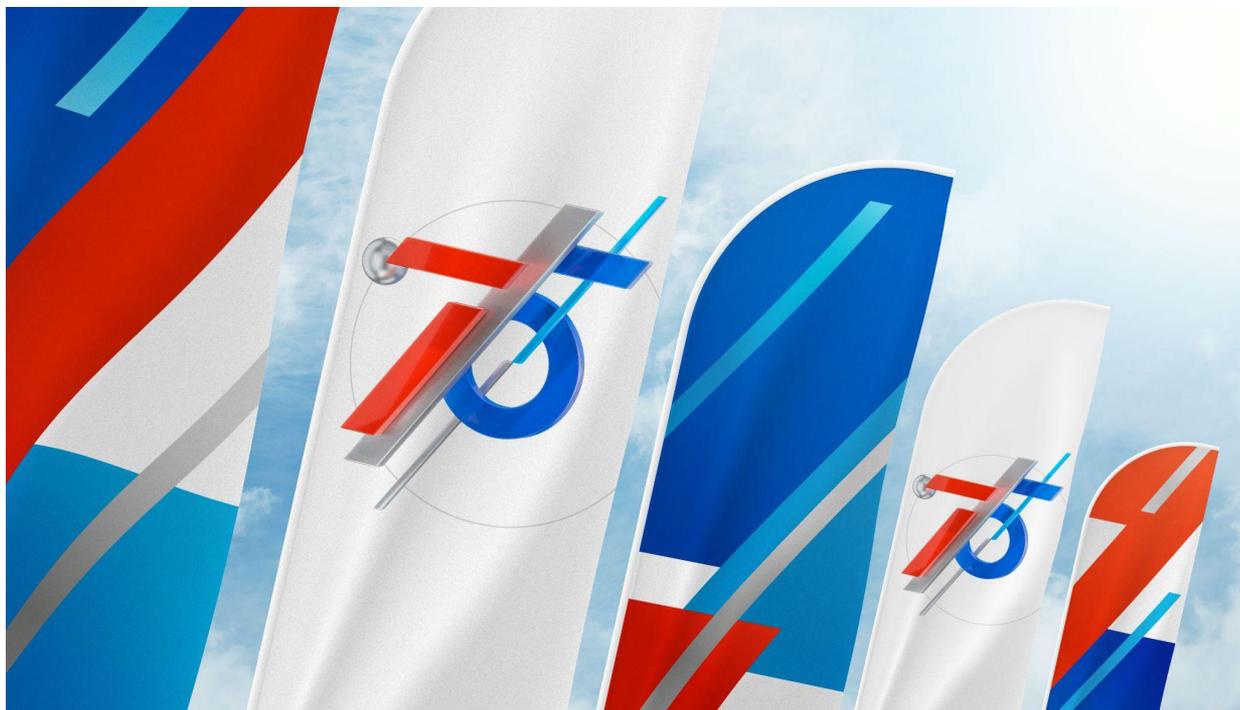


Разработка визуальной концепции празднования 75-летия атомной промышленности России для ГК Росатом



РОСАТОМ

Росатом — многопрофильный государственный холдинг, объединяющий активы в энергетике, машиностроении и строительстве. Входит в **топ-10 крупнейших компаний России**.



- Внутренние исследования
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Гайдлайн

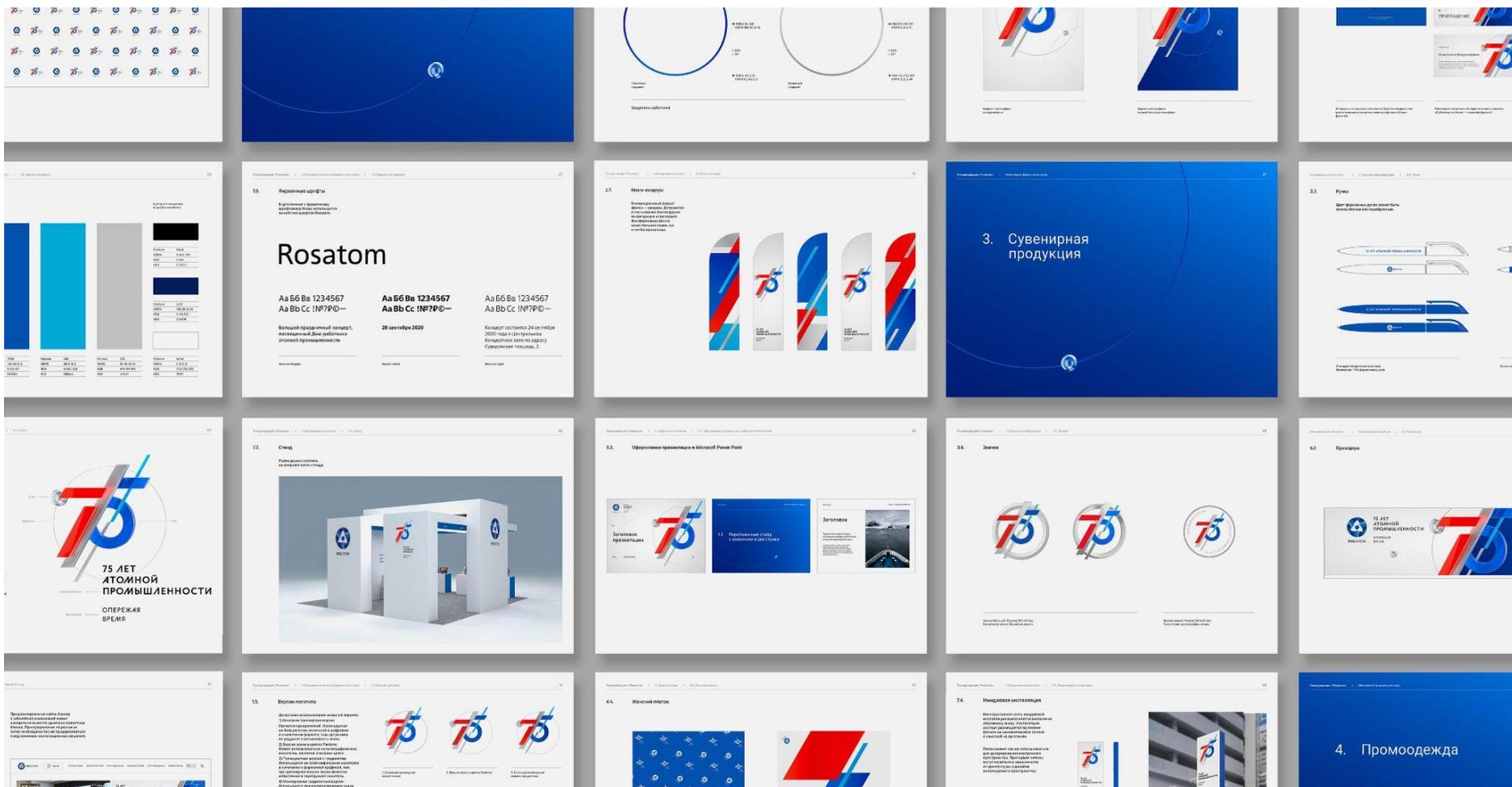












Разработка бренда Октафарма-Фармимэкс для первого в России завода по производству препаратов из плазмы крови

octapharma



Компания **Фармимэкс** входит в **топ-10** фармацевтических дистрибьюторов России.

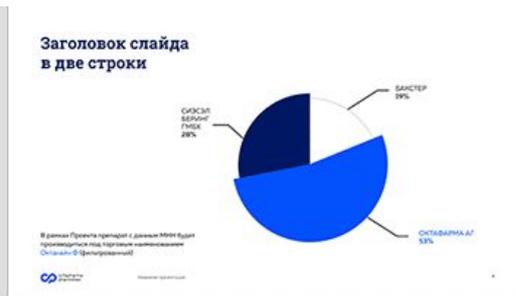
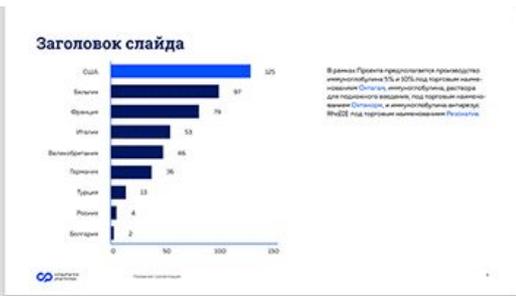
Octapharma – крупнейший в мире частный производитель лекарственных препаратов из плазмы крови методом фракционирования.

- Внутренние исследования
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Гайдлайн









Заголовок слайда 1

Проектный комплекс будет располагаться в Рязанской области на участке площадью 22 га и 250 кв м его восточной от Москвы и будет включать в себя:

- Производственные помещения, включающие зоны для фракционирования плазмы, зоны очистки и кристаллов.
- Склад для хранения плазмы, сырья, материалов и готовых продуктов.
- Лабораторный комплекс, включающий аналитическую лабораторию, микробиологическую лабораторию, лабораторию внешнего контроля.
- Административный комплекс.
- Комплекс инженерных, инженерных и тепловых сооружений.



О проекте

Проектный комплекс будет располагаться в Рязанской области на участке площадью 22 га и 250 кв м его восточной от Москвы и будет включать в себя:

- + Производственные помещения, включающие зоны для фракционирования плазмы, зоны очистки и кристаллов.
- + Склад для хранения плазмы, сырья, материалов и готовых продуктов.
- + Лабораторный комплекс, включающий аналитическую лабораторию, микробиологическую лабораторию, лабораторию внешнего контроля.
- + Административный комплекс.
- + Комплекс инженерных, инженерных и тепловых сооружений.

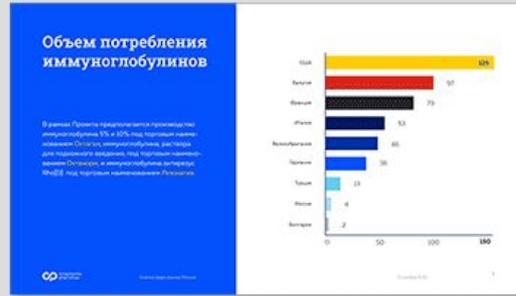
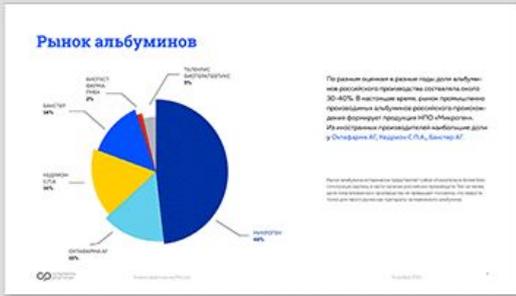
1.1

Конкуренция по препаратам

Заголовок слайда 1

Проектный комплекс будет располагаться в Рязанской области на участке площадью 22 га и 250 кв м его восточной от Москвы и будет включать в себя:

- Производственные помещения, включающие зоны для фракционирования плазмы, зоны очистки и кристаллов.
- Склад для хранения плазмы, сырья, материалов и готовых продуктов.
- Лабораторный комплекс, включающий аналитическую лабораторию, микробиологическую лабораторию, лабораторию внешнего контроля.
- Административный комплекс.
- Комплекс инженерных, инженерных и тепловых сооружений.



+7 495 795 40 35
info@octapharma.com
octapharma-pharmomax.com

ОКТАФАРМА
190000 г. Москва
Доминье пр. д. 11, стр. 1



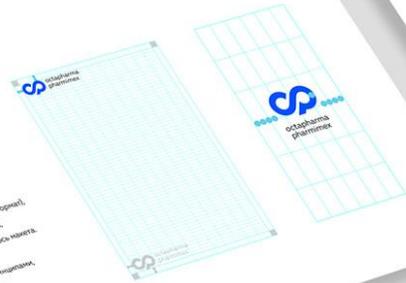
МИМЭКС
МЕНЕДЖМЕНТ



Дизайн
2020

расположение логотипа

Предельная область для размещения горизонтальной версии логотипа на шапке является левой верхней угловой областью. В некоторых случаях допускается размещение: — по центральной оси шапки — в левом нижнем углу шапки.



В исключительных случаях (например, очень узкой формой), когда не используется вертикальная версия логотипа, предельная область является центральной осью шапки. Для определения отступа используются принципы, описанные в правилах оформления пола. Также учитывается сетка построения макета.

1.1.6 Построение основной версии логотипа

Для удобства точного воспроизведения логотипа привнесены данные о шрифтах и размерах. Пропорция логотипа является графической константой и не подлежит изменению.



1.2.1 Принципы построения пиктограмм

Пиктограммы построены на основе (А) и (Б) с сохранением масштаба.



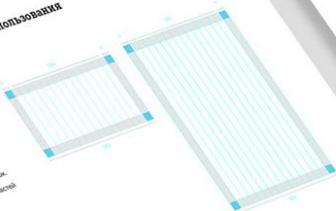
1.1.7 Построение вертикальной версии логотипа

Для удобства точного воспроизведения логотипа привнесены данные о шрифтах и размерах. Пропорция логотипа является графической константой и не подлежит изменению.



2.1 Модульная сетка. Принцип построения и использования

Для вертикальных и горизонтальных форматов применяется единый принцип с использованием квадратной сетки. В формате используется 16-колоночная сетка. Квадратный модуль 100 является основой для отсчета. Для заполнения макета используется внутренняя 14-колоночная сетка. Для любого типа формата количество вертикальных частей.



2.1.1 Модульная сетка. Принцип построения и использования

Уровень вертикальных и горизонтальных форматов определяется с помощью базовых модулей. Для создания макета необходимо использовать квадратную сетку. В формате используется 16-колоночная сетка. Квадратный модуль 100 является основой для отсчета. Для заполнения макета используется внутренняя 14-колоночная сетка. Для любого типа формата количество вертикальных частей.

2. Оформление макетов



форматная цветовая палитра для печати



Разработка бренда-лидера Border для крупнейшего производителя дверных замков

BORDER

Border – огромный завод с богатой историей. Является **крупнейшим в России** производителем с объемом производства 450 000 дверных замков ежемесячно.



- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Название
- Слоган
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Брендбук



BORDER

КАТАЛОГ
ПРОДУКЦИИ

ЗАМКИ ПОВЫШЕННОГО КЛАССА ВЗЛОМОСТОЙКОСТИ

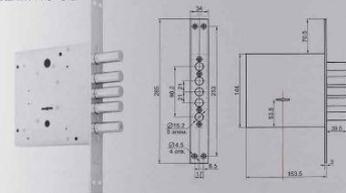


комплексное решение для производителей дверей

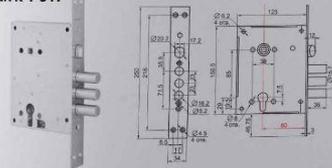
BORDER Maxima

комплект универсальный из двух врезных замков K 8-8 5 и 4-3 M с разными механизмами запирания

BORDER K 8-8 5



BORDER K 4-3 M



12







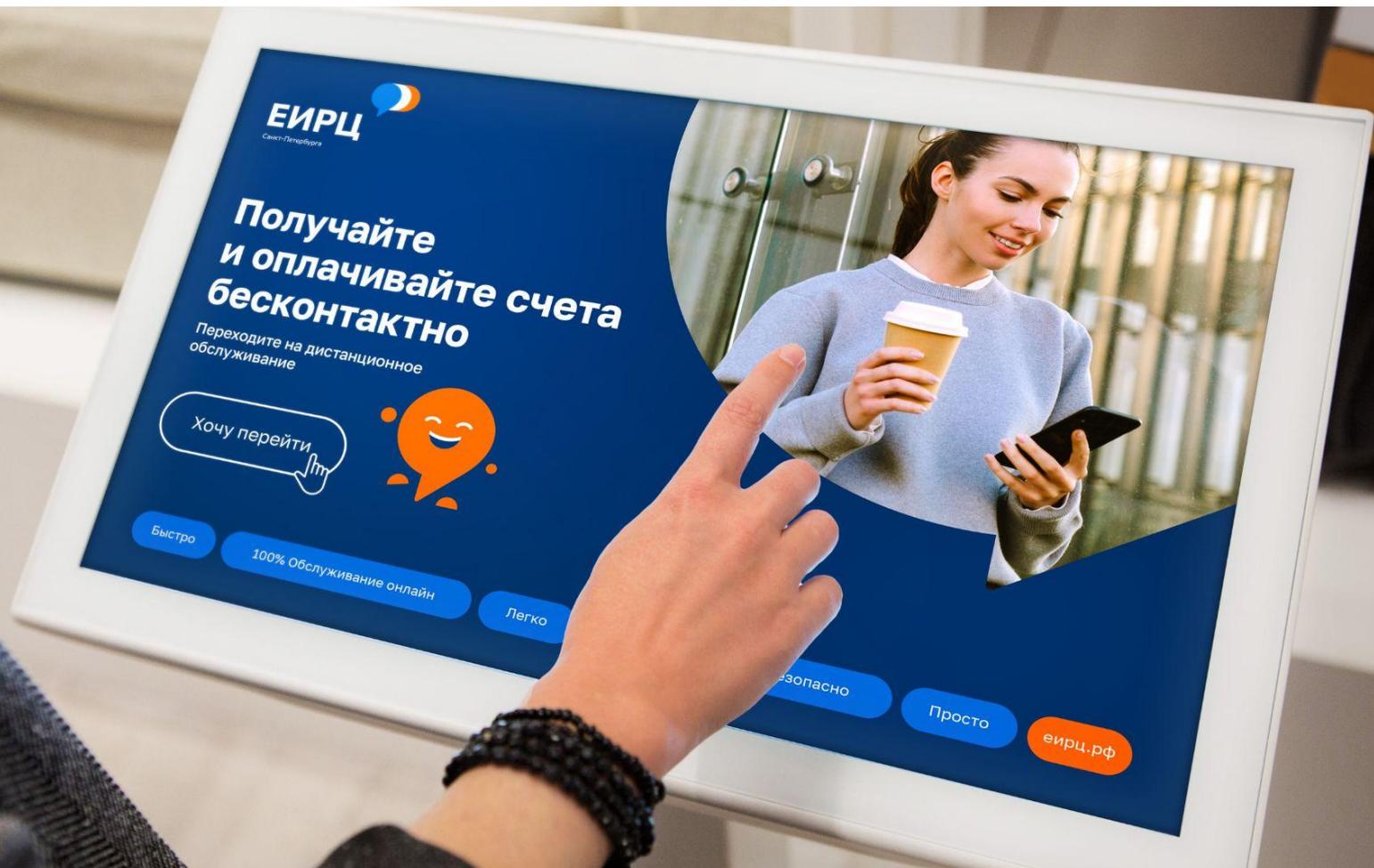
Разработка федерального бренда Единого информационно-расчетного центра (ЕИРЦ)



ПАО «Интер РАО» — **российская энергетическая компания**, управляющая активами в России, а также в странах Европы и СНГ. В сферу деятельности Интер РАО входит производство и сбыт электрической и тепловой энергии, международная энергетическая торговля.

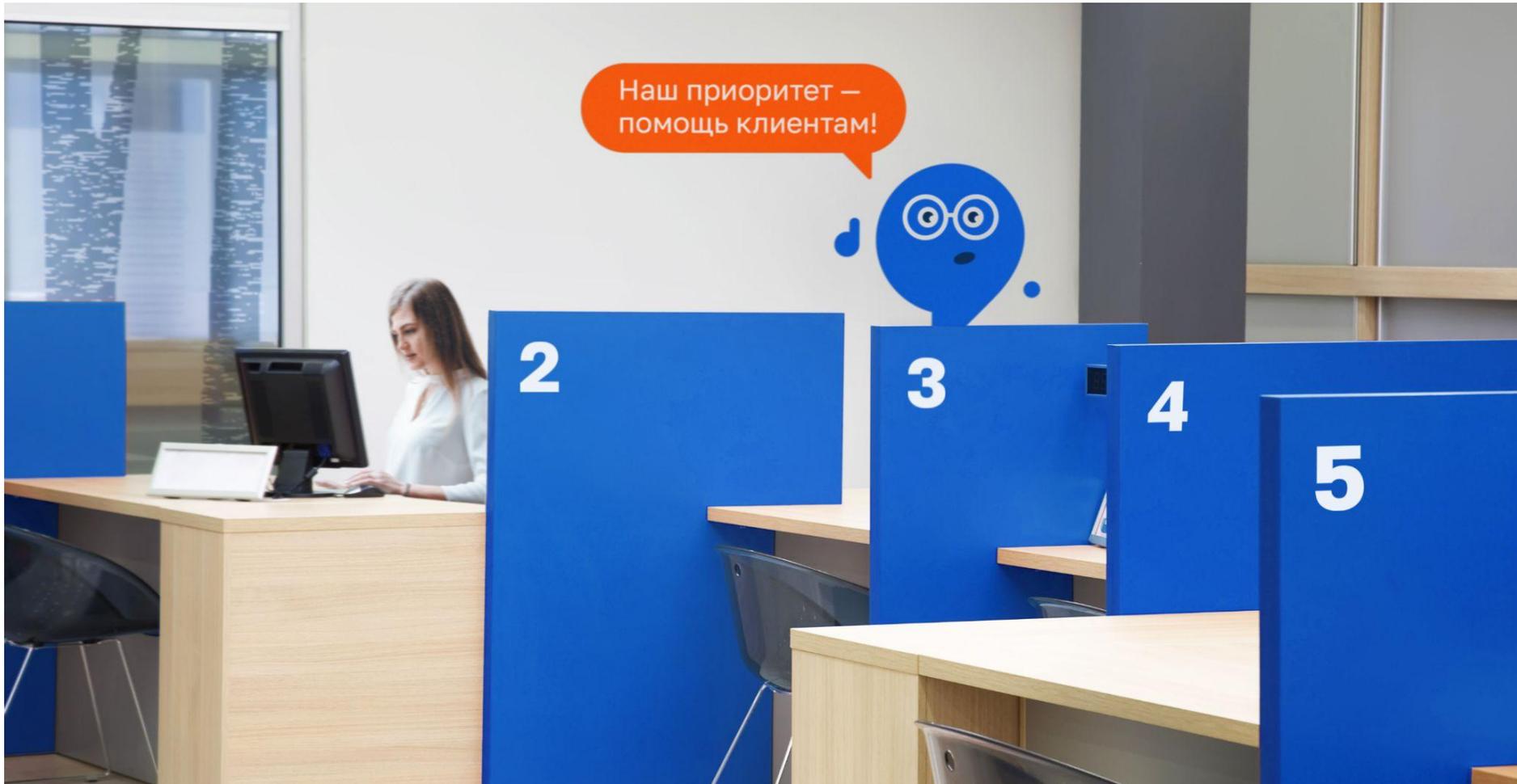
- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Слоган
- Легенда бренда
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Брендбук











Наш приоритет –
помощь клиентам!

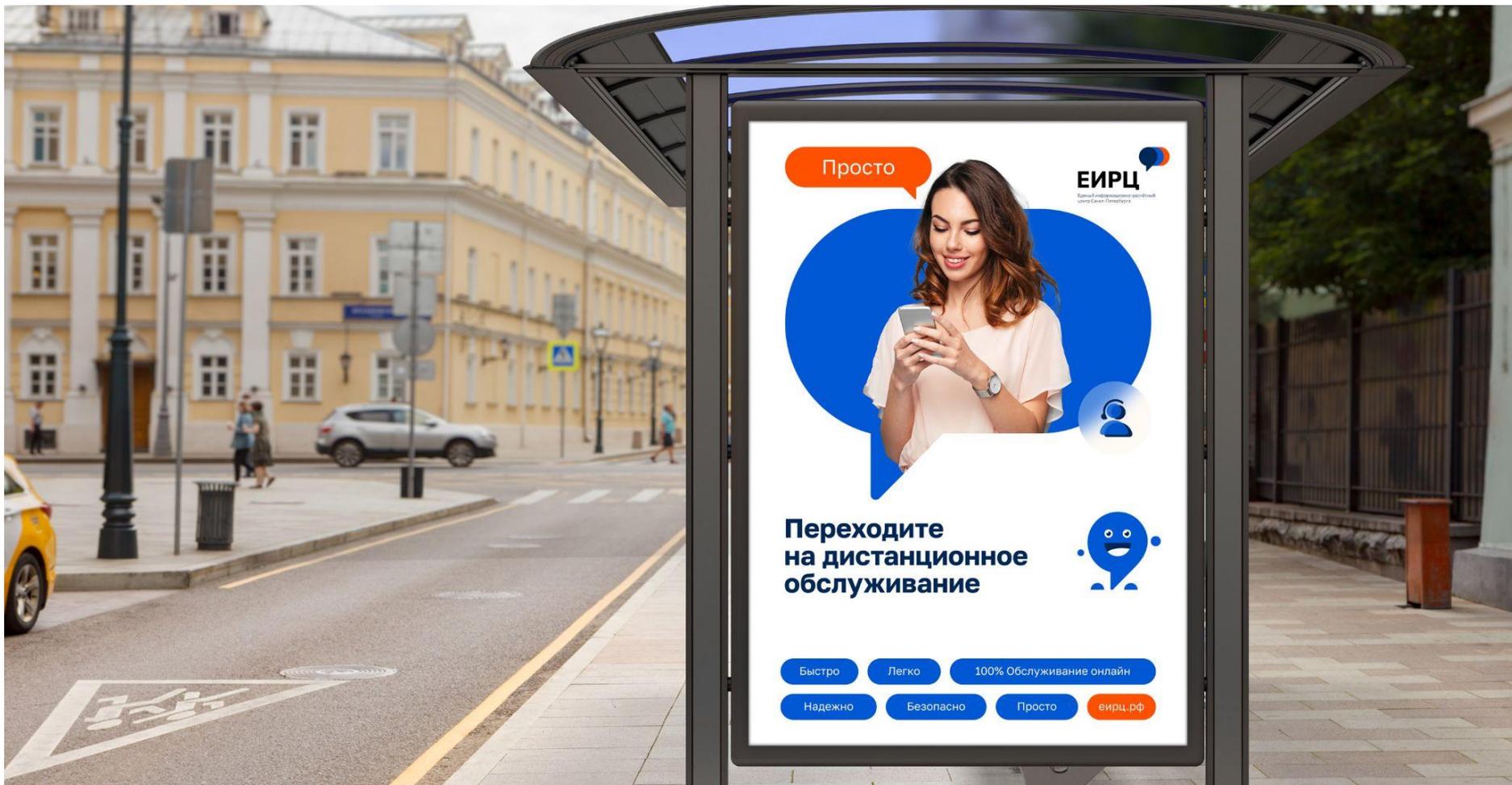


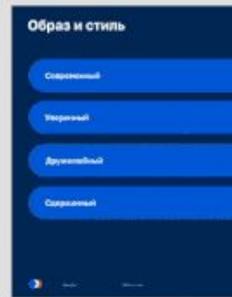
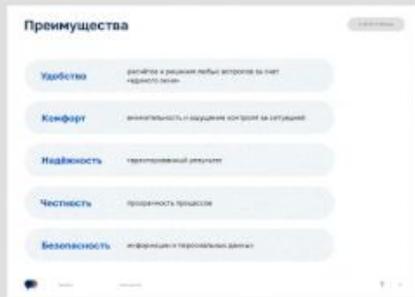
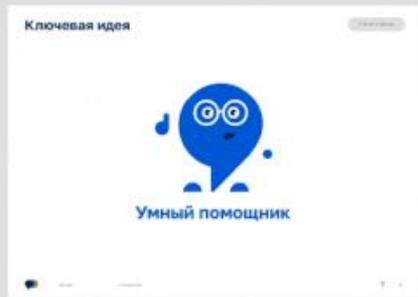
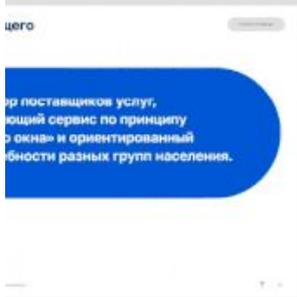
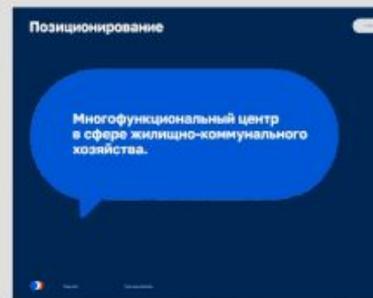
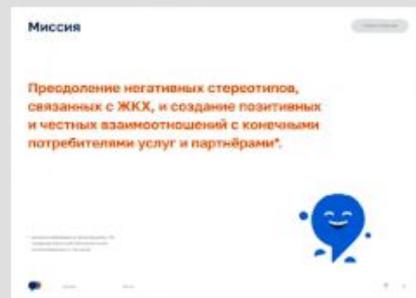
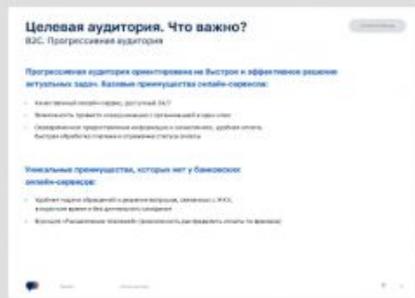
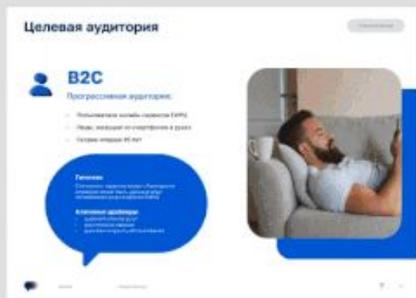
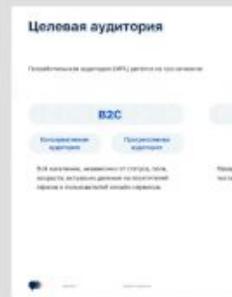
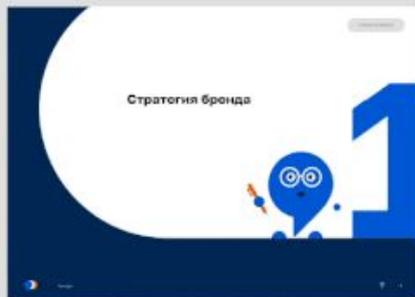
2

3

4

5

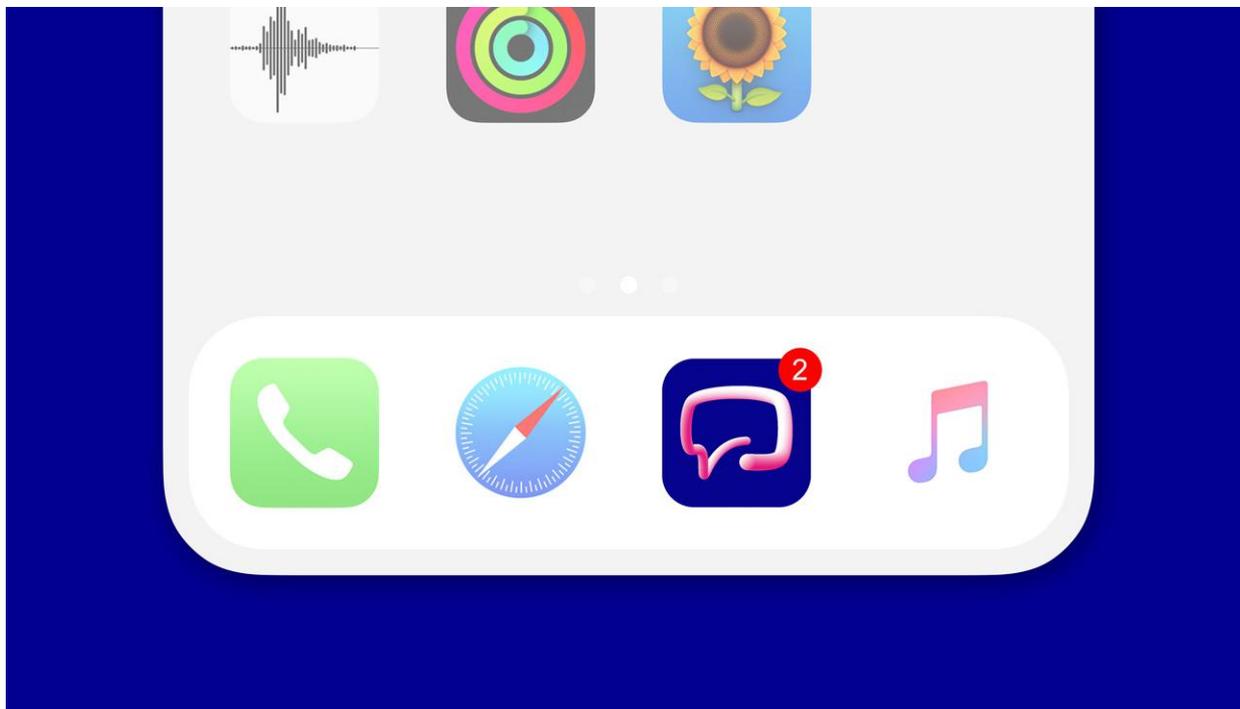




Разработка бренда таск-мессенджера для креативных микрокоманд Frealy

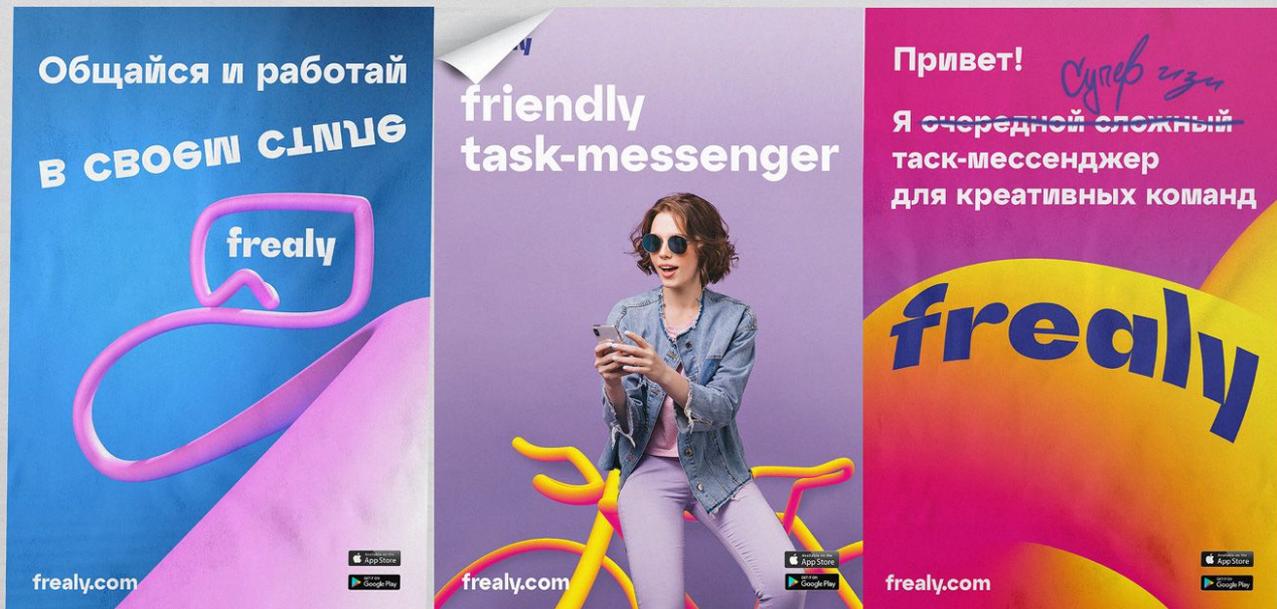
frealy

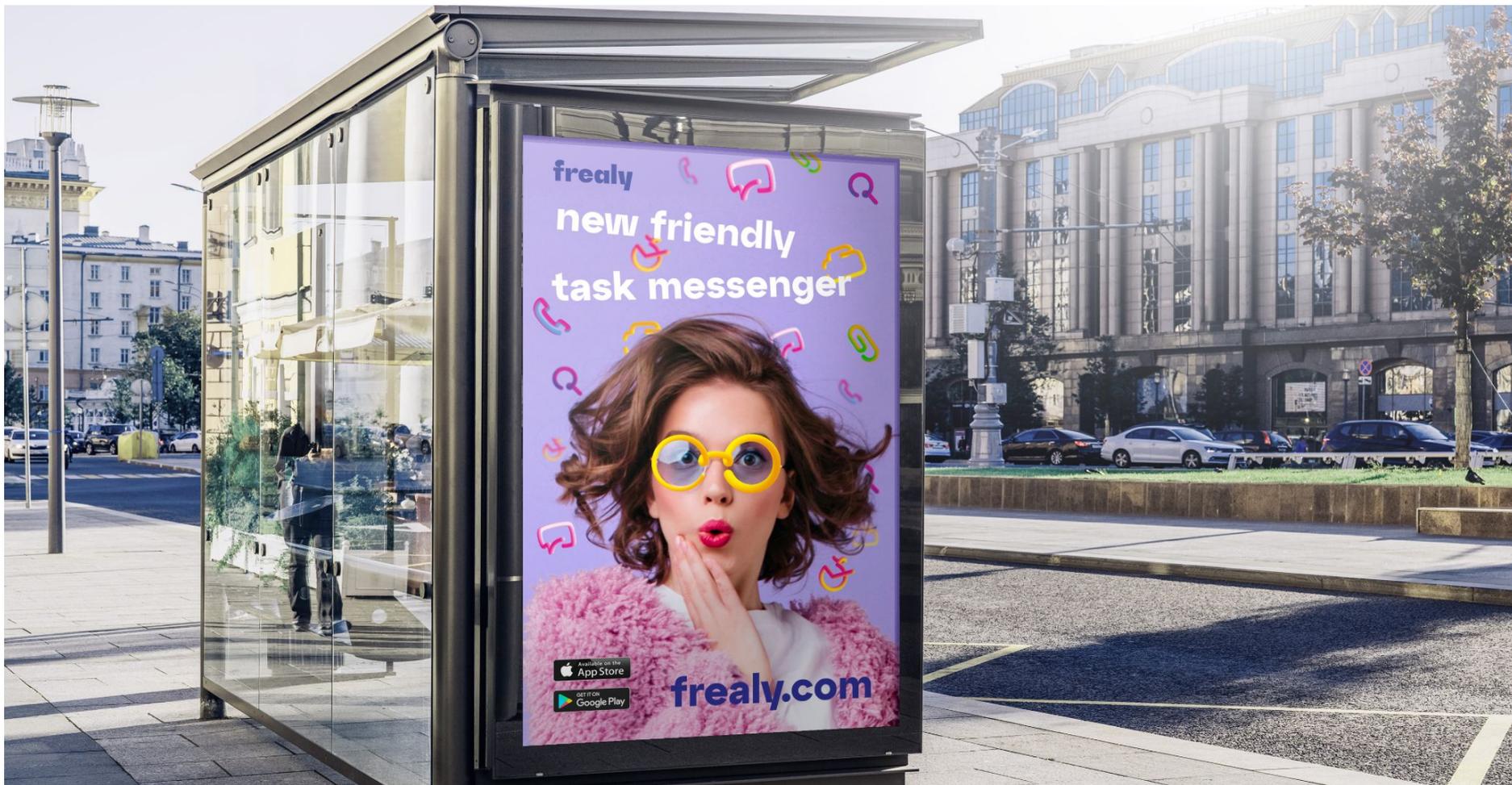
Частный инвестор.



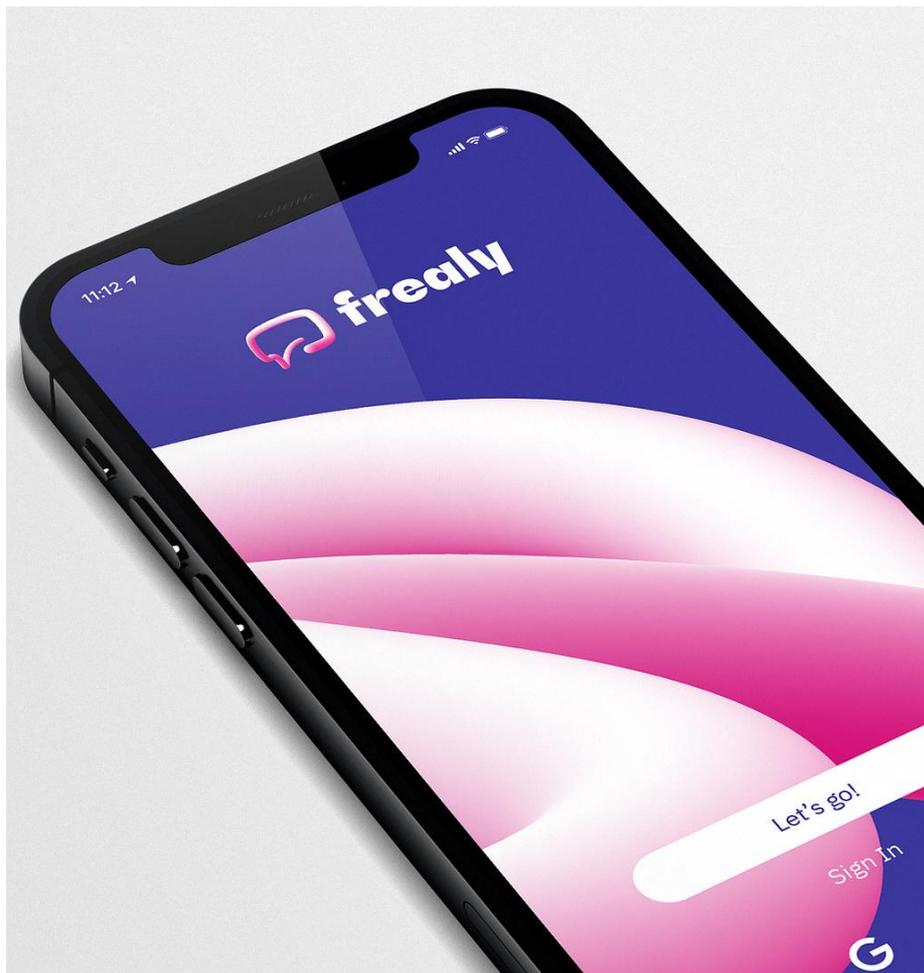
- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Название
- Слоган
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля











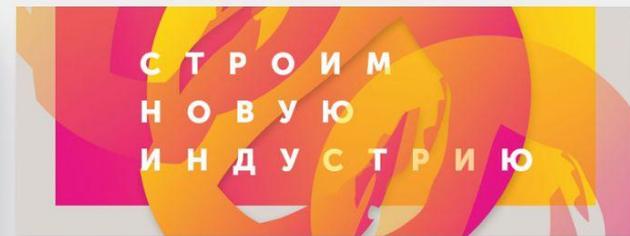
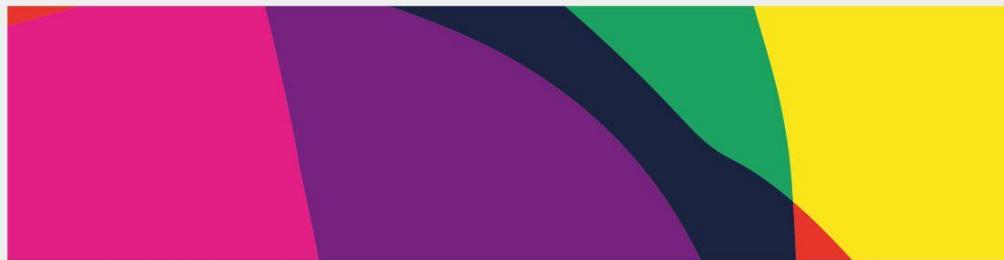
Ребрендинг Роснано – одного из крупнейших в России технологических инвесторов

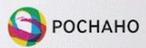


Роснано реализует государственную политику по развитию nanoиндустрии, выступая соинвестором в нанотехнологических проектах со значительным экономическим или социальным потенциалом.

- Внутренние исследования
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Гайдлайн

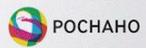






РОСНАНО

ВРЕМЯ
НОВОЙ
ЭНЕРГИИ



РОСНАНО

ВРЕМЯ
НОВОЙ
ЭНЕРГИИ



РОСНАНО

ВРЕМЯ
НОВОЙ
ЭНЕРГИИ

УГЛЕРОДНЫЕ НАНОТРУБКИ TUBALL OCSIAL



ОСНОВНЫЕ УГЛЕРОДНЫЕ НАНОТРУБКИ

Технология уже успешно применяется на производстве керамических. Более 70% всех существующих в мире керамических изделий за счет уникальных свойств — высокой прочности нанотрубок. С применением углеродных нанотрубок можно изготавливать более прочные и долговечные материалы.

Особенно в аэрокосмической отрасли (США) можно найти тысячи изделий из нанотрубок. Новые разработки в области нанотрубок в Китае.

Даже «обычные» велосипеды Tuball в велосипед, который OCSIAL бы выдерживал нагрузку 100 кг и полностью поглощал вибрационную нагрузку. Это было бы замечательным достижением. Углеродные нанотрубки.

ГРАФЕНОВЫЕ НАНОТРУБКИ TUBALL™: НОВЫЕ СВОЙСТВА

Нанотрубка — это трубка диаметром 100 нм, был изобретен в 1991 году. Диаметр нанотрубок — это диаметр атома углерода. Диаметр нанотрубок — это диаметр атома углерода.

Нанотрубка Tuball™ — это нанотрубка для производства нанотрубок. Диаметр нанотрубок — это диаметр атома углерода. Диаметр нанотрубок — это диаметр атома углерода.

Технология уже успешно применяется на производстве керамических. Более 70% всех существующих в мире керамических изделий за счет уникальных свойств — высокой прочности нанотрубок. С применением углеродных нанотрубок можно изготавливать более прочные и долговечные материалы.

Особенно в аэрокосмической отрасли (США) можно найти тысячи изделий из нанотрубок. Новые разработки в области нанотрубок в Китае.

ХАРАКТЕРИСТИКИ:

- Высокое качество (SWCNT) коэффициент G/D > 1000
- Длина составляет от 1 до 100 мкм
- Диаметр составляет от 10 до 100 нм

НОВЫЙ ЭТАП РАЗВИТИЯ

В 2020 году в Люксембурге планируется ввод в эксплуатацию первого этапа проекта промышленной установки синтеза нанотрубок Tuball с годовой производственной мощностью 250 тонн.

МИХАИЛ ПРЕДТЕЧЕНСКИЙ РОССИЙСКИЙ ФИЗИК

Полное наименование — установка синтеза нанотрубок Tuball в Люксембурге. Проект реализован в рамках программы «Инициатива технологического сотрудничества» Минпромторга России и Минэкономики Люксембурга.

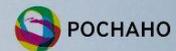
Это крупнейшее в мире достижение синтеза с производственной мощностью 250 тонн в год. Установка синтеза нанотрубок Tuball в Люксембурге — это крупнейшее в мире достижение синтеза нанотрубок Tuball в Люксембурге.

Особенно в аэрокосмической отрасли (США) можно найти тысячи изделий из нанотрубок. Новые разработки в области нанотрубок в Китае.

Технология уже успешно применяется на производстве керамических. Более 70% всех существующих в мире керамических изделий за счет уникальных свойств — высокой прочности нанотрубок. С применением углеродных нанотрубок можно изготавливать более прочные и долговечные материалы.

Особенно в аэрокосмической отрасли (США) можно найти тысячи изделий из нанотрубок. Новые разработки в области нанотрубок в Китае.

МИРОВОЙ РЫНОК НАНОТЕХНОЛОГИЙ



Количество международных заявок и патентов
в области нанотехнологий 2008–2018



191 тыс.
количество
международных
семейств патентов

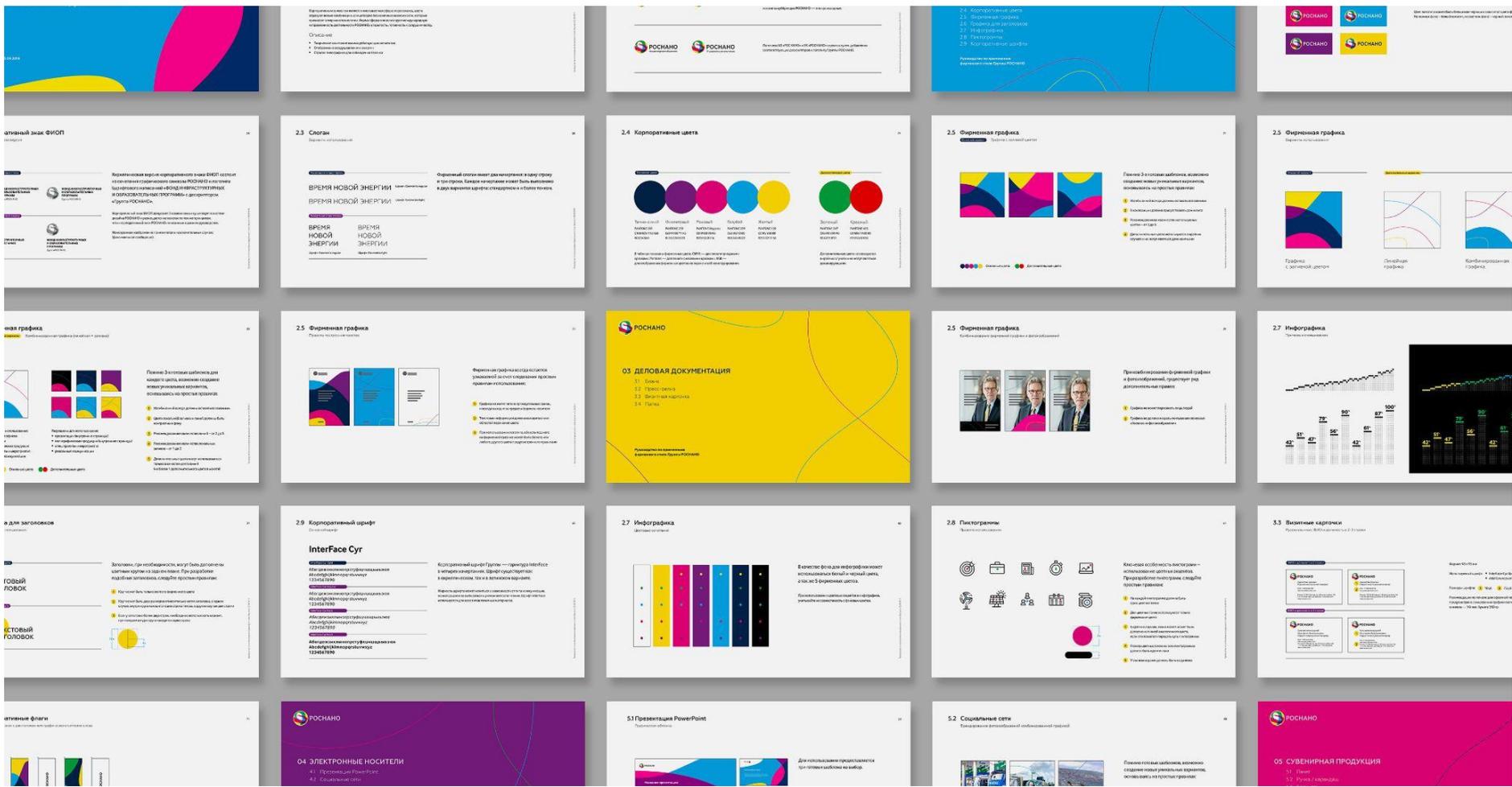
370 тыс.
количество
патентных заявок

● Заявки
● Патенты

Данные агентства
RWS & Minesoft Ltd
www.patbase.com







OPENCORE

Проекты

Потребительский брендинг

Разработка бренда фастфуда Кому люлей?!

RESTART
VASILCHUK
BROTHERS

Холдинг Restart Vasilchuk Brothers объединяет рестораны и заведения различных ценовых сегментов и гастрономических концепций. Это рестораны высокой кухни, уютные lounge-кафе и демократичный фастфуд.

- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Слоган
- Платформа бренда
- Концепция фирменного стиля
- Коммуникационная стратегия









Чилка



**чисто
Баран**



Бычара



Овощ



Сладкий







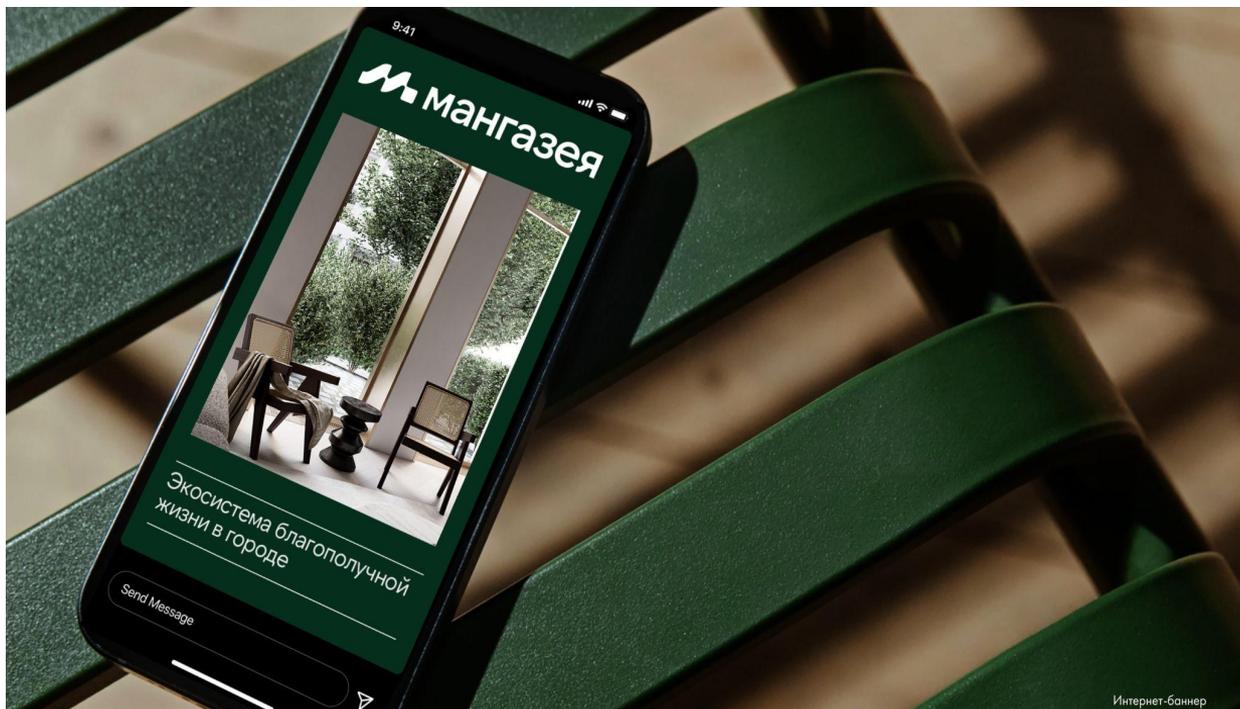


Разработка бренда девелопера Мангазея в сегменте комфорт и бизнес-класса

МАНГАЗЕЯ

Мангазея – девелоперская компания, **более 10-ти лет** разрабатывающая проекты жилой и коммерческой недвижимости в Москве.

- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Слоган
- Легенда бренда
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Брендбук
- Коммуникационная стратегия



До

МАНГАЗЕЯ

После

 **мангазея**

мангазея

Бизнес-класс

мангазея
■ на речном

мангазея
■ на тульской

мангазея
■ в богородском

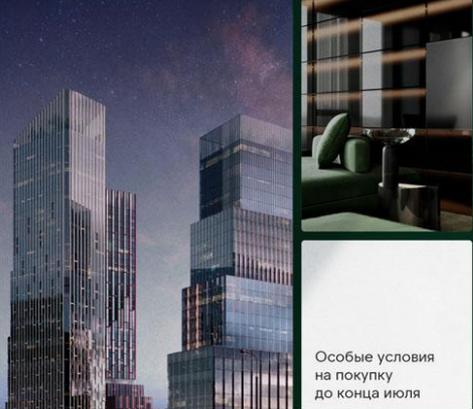
Комфорт-класс

мангазея
■ на дубнинской

мангазея
■ на железобетонной

мангазея
■ на медовой

мангазея
■ на тульской



Особые условия
на покупку
до конца июля



Проект на Тульской –
новая точка притяжения района

мангазея.рф +7 (499) 277-11-11

мангазея
■ на речном



Особые условия
на покупку
до конца июля



Проект на Речном –
новая точка притяжения района

мангазея.рф +7 (499) 277-11-11

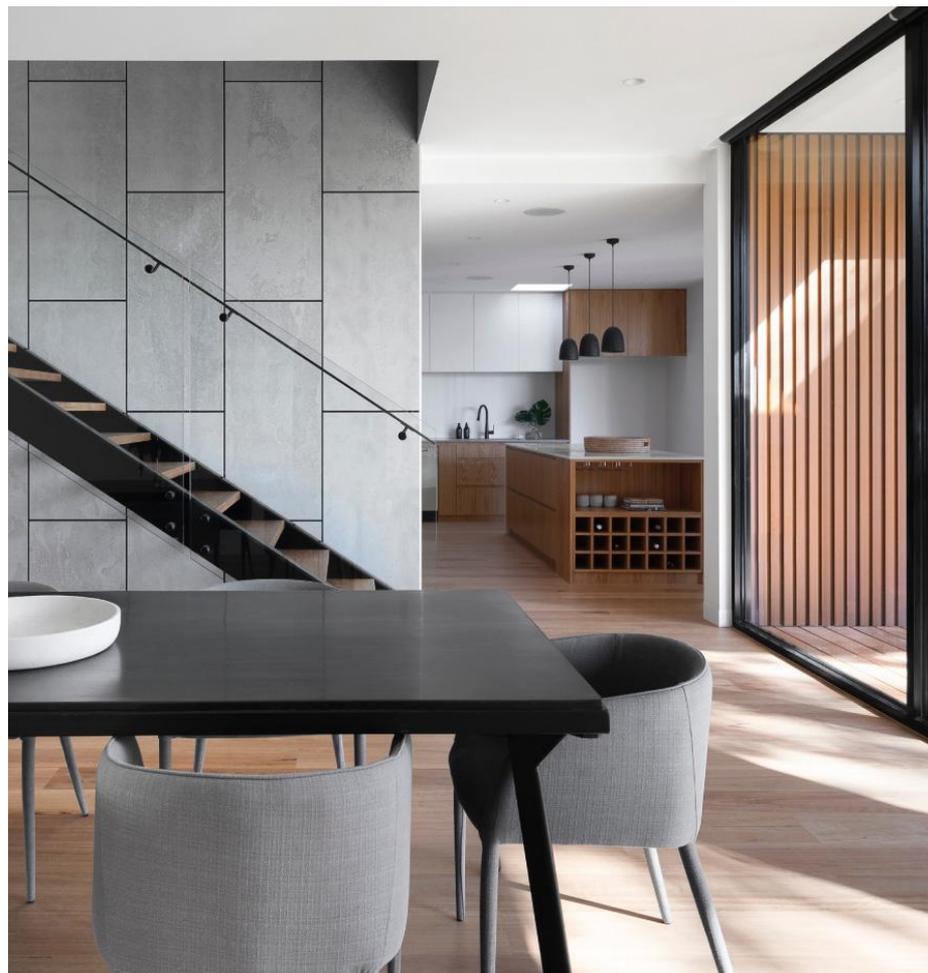
 мангазея

мангазея.рф

Создаем
экосистему
благополучной
жизни

ПОДРОБНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: МАНГАЗЕЯ.РФ, НЕ ОФЕРТА, ЗАСТРОЙЩИК
ООО «СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ЗАСТРОЙЩИК «XXXXXXXXXX»
ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА НАШДОМ.РФ





мангазея
■ на Тульской




Внимание к каждой детали

Экостемна



Благотворной жизни



03-04

Гармония между человеком и технологиями



Мангазея – это комплексный подход, комплексный системный подход к созданию комфортной среды.

Мангазея – это современный девелопер и архитектор, создающий среду, в которой каждый сможет воплотить свою идею о благополучной жизни. Мы отслеживаем все процессы и работаем крупный год для того, чтобы достичь наилучших результатов, поддерживать каждого жителя и делать для них все самое лучшее.

Мы хотим подчеркнуть удобство и комфорт, создать атмосферу безопасности и качественной жизни. Для этого наша компания и создает высокий стандарт сервиса – партнерство между человеком, технологиями и окружающей средой.

о девелопере

Планировки и площади

Башня Б



Типовые этажи

Этаж

12–19

Квартиры на этаже

13

03-04

Системный застройщик

Вы когда-нибудь наблюдали за тем, как системно и точно устроен мир природы? Как много труда вкладывают целые виды для создания благополучной жизни? Как усердно и последовательно трудятся пчелы, чтобы превратить нектар в мед? Мы адаптировали эти подходы и создали девелоперскую компанию Мангазея. Мангазея – это современный застройщик, создающий среду, адаптированную идей о благополучной жизни, балансирующую и не культурной взаимодействия между всеми частями системы.

- 1) Название места
- 2) Название места
- 3) Название места
- 4) Название места
- 5) Название места
- 6) Название места

описание

“

Для нас важно, чтобы вы знали, что Мангазея – это ответственный застройщик, который понимает ценность полноты жизни.

”



о компании

мангазея
■ на дубинской



Экостемна



Благотворной жизни



мангазея
■ на тульской



Офис
продаж



мангазея.рф

+7 (499) 277-11-11



Экосистема
благополучной жизни

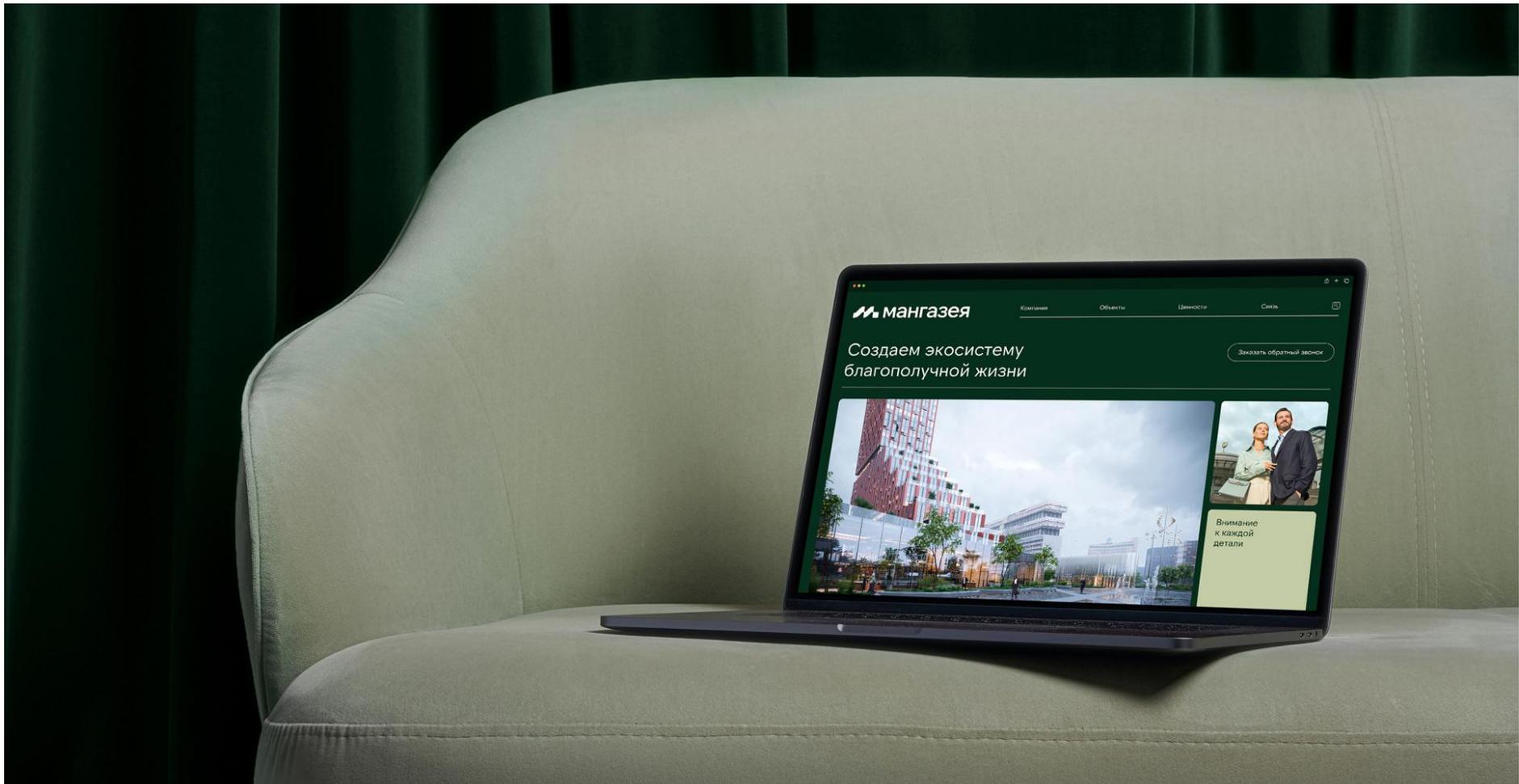
Внимание
к каждой детали

 мангазея

мангазея.рф

+7 (499) 277-11-11





Разработка бренда онлайн-галереи Van Verden



Частный инвестор.



- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Название
- Слоган
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Оформление социальных сетей
- Брендбук
- Разработка сайта



ART FOR INSPIRATION





VAN
VERDEN

ART FOR INSPIRATION

KV178

COLLECTION OF MODERN ART

van-verden.ru

info@van-...



Главная / Каталог

Собери коллекцию,
которая вдохновляет
твое сердце ♡

КАТЕГОРИЯ

Живопись

СТИЛЬ

- Абстрактная
- Изобразительное искусство
- Модерн
- Абстрактный экспрессионизм
- Экспрессионизм

показать еще

ЖАНР

МАТЕРИАЛ

ЦВЕТ



Показать

СМЕСТИТЬ ВСЕ ЭЛЕМЕНТЫ

СОРТИРОВАТЬ

По умолчанию

↑ По убыванию цены

↓ По возрастанию цены



Цветная симфония

Картина, масло, 80x100
Владимир Кудачкин

75 000 ₽



Атлантика

Картина, масло, 100x70
Владимир Кудачкин

85 000 ₽



Радость

Картина, масло, 100x70
Владимир Кудачкин

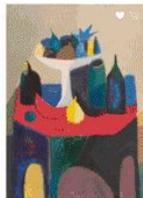
80 000 ₽



Знаки

Картина, масло, 70x100
Владимир Кудачкин

75 000 ₽



Ташир

Картина, акрил, 70x100
Алиса Артемкина

280 000 ₽



Экстаз

Акрил, масло, 100x70
Владимир Зубов

220 000 ₽

Разработка бренда для жилого комплекса бизнес-класса Champagne

TOUCH

Федеральная девелоперская компания Touch, реализующая проекты жилой и коммерческой недвижимости в России. Общая площадь реализованных проектов — более 350 000 кв. м.

- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Название
- Слоган
- Легенда бренда
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Брендбук







CHĀMPINE

**НАПОЛНИ ЖИЗНЬ
ВЕСЕЛЬЕМ**

CHAMPINE.RU | +7 495 545 45 15



CHĀMPINE

**НАПОЛНИ ЖИЗНЬ
КОМФОРТОМ**

CHAMPINE.RU | +7 495 545 45 15



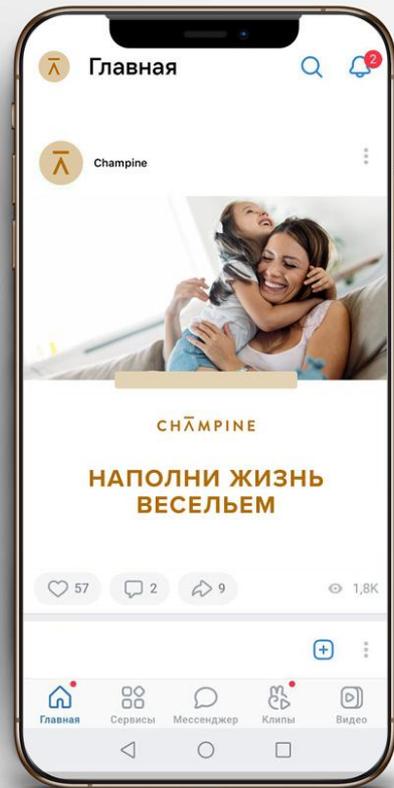
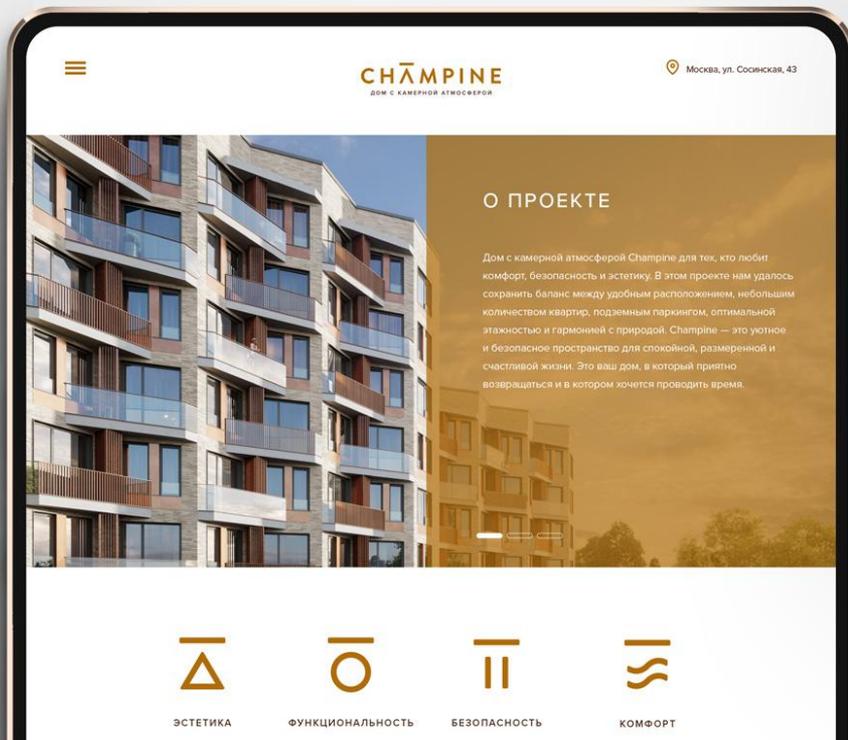
CHĀMPINE

**НАПОЛНИ ЖИЗНЬ
СПОРТОМ**

CHAMPINE.RU | +7 495 545 45 15





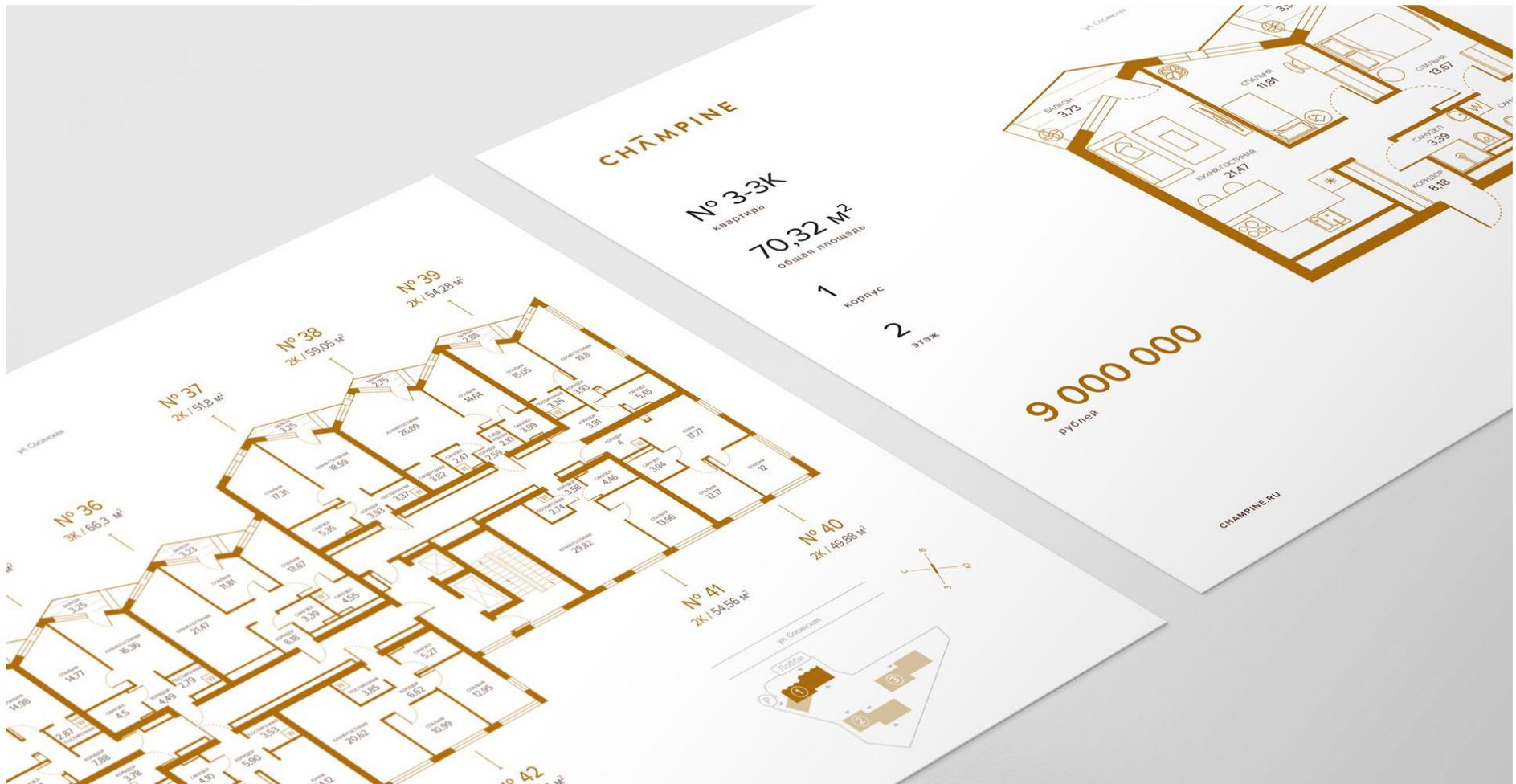




CHAMPINE

НАПОЛНИ ЖИЗНЬ КОМФОРТОМ

CHAMPINE.RU | +7 495 545 45 15





Разработка бренда сети чайных Чайка



Частный инвестор.

- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Слоган
- Концепция фирменного стиля
- Концепция дизайна упаковки
- Носители фирменного стиля
- Дизайн этикеток продукции
- Брендбук















Разработка бренда Farmingo для коттеджного посёлка комфорт-класса

A&NN investments –
инвестиционная **компания**
А.Л. Мамута – российского
предпринимателя и финансиста,
который занимает **65 место**
в рейтинге Forbes российских
миллиардеров за 2023 год.

- Исследования трендов рынка,
конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Название
- Слоган
- Легенда бренда
- Концепция фирменного стиля
- Концепция малых архитектурных форм
- Носители фирменного стиля
- Брендбук







farmingo



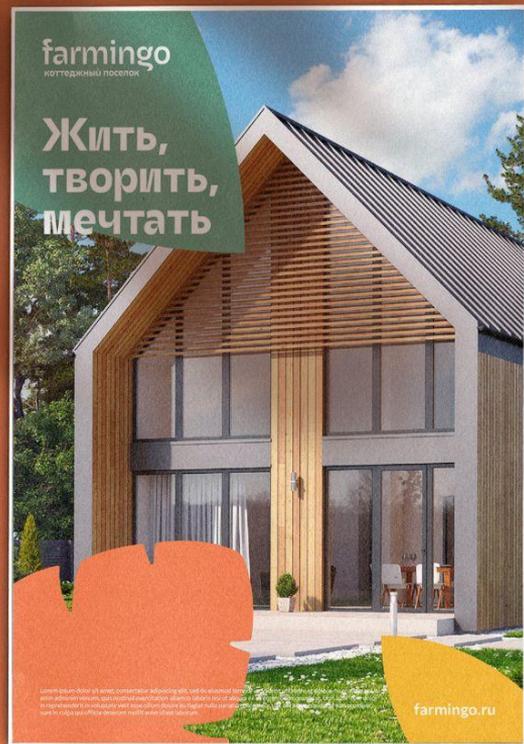


farmingo

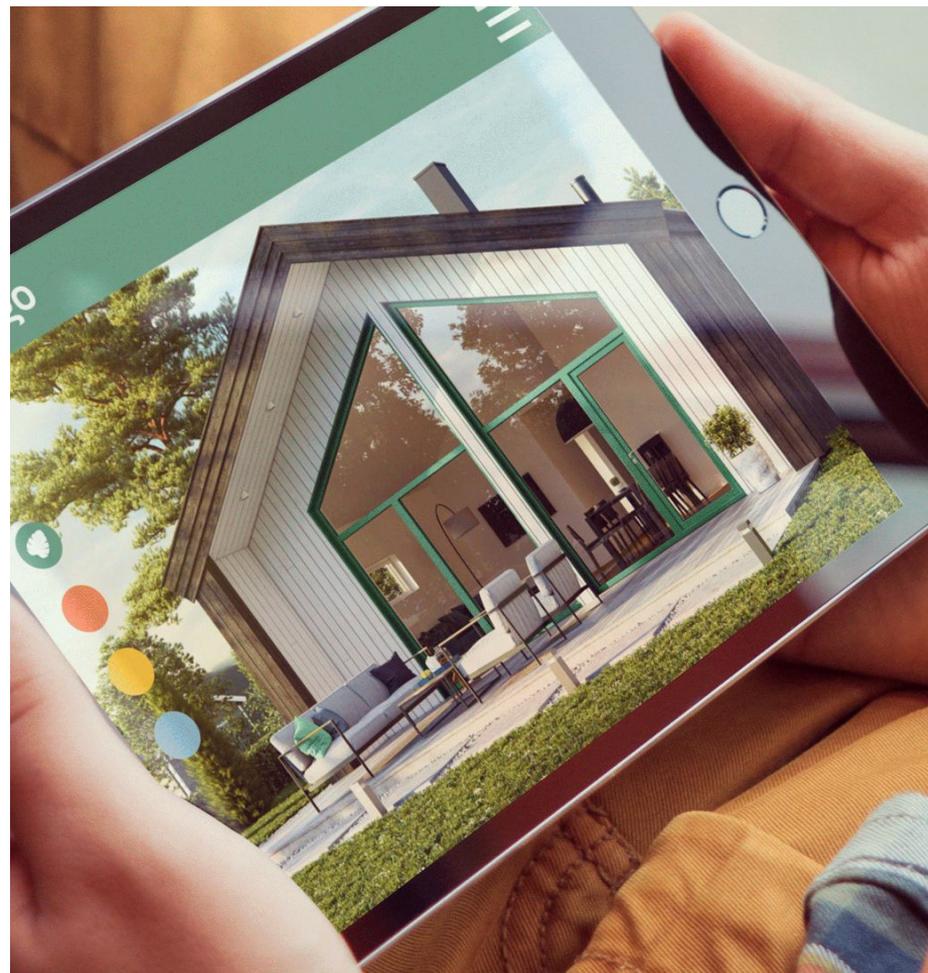
Мир, который
ты создаешь

farmingo.ru









OPENCORE

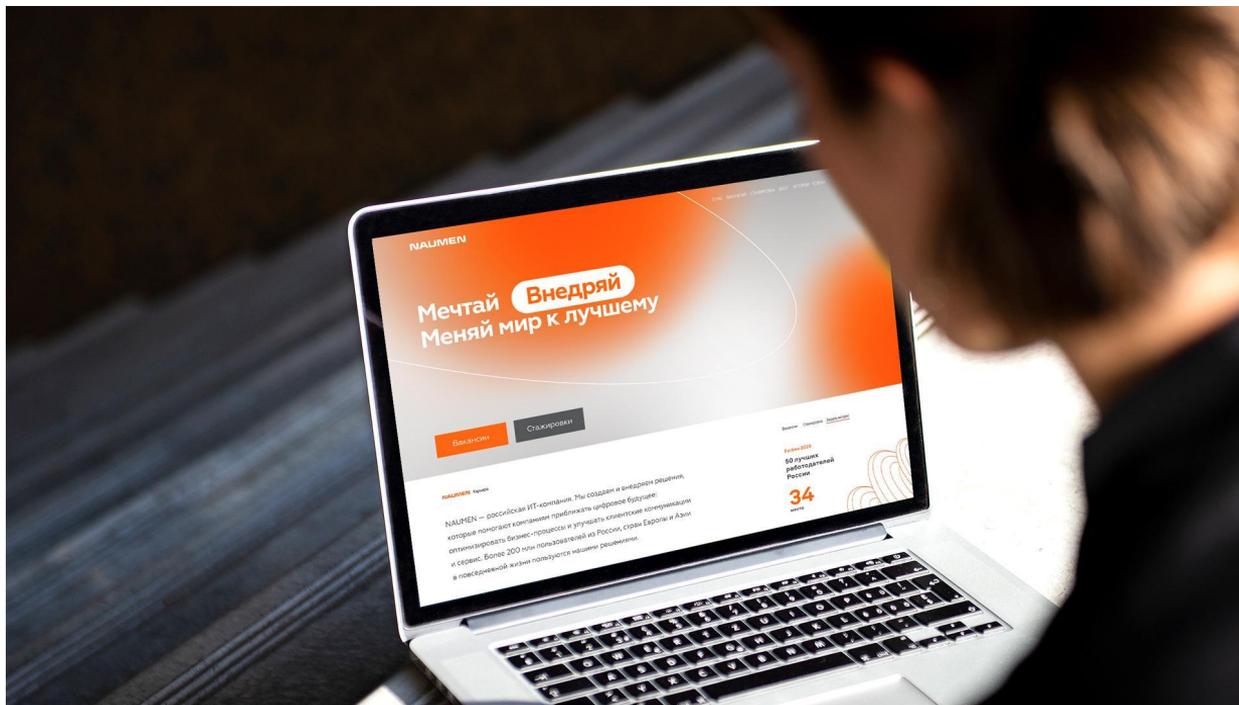
Проекты

HR-брендинг

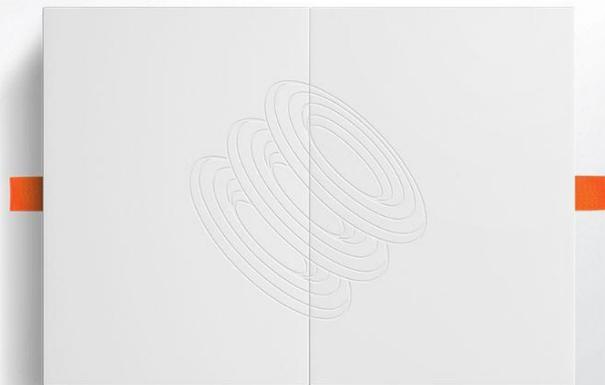
Разработка HR-бренда для Naumen – одного из лидеров российского IT-рынка

NAUMEN

Naumen — лидер на российском рынке ITSM-решений, топ-5 крупнейших игроков российского рынка ИИ-решений, серебряный призер премии «Лучший работодатель» по версии Forbes.



- Аудит HR-бренда
- Исследования трендов HR-рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа HR-бренда
- Ключевая идея
- Слоган
- Концепция фирменного стиля
- Носители фирменного стиля
- Брендбук



NAUMEN



Мечтай **Внедряй**
Меняй мир к лучшему

NAUMEN



Мечтай **Создавай**
Меняй мир к лучшему

Мечтай **Изобретай**
Меняй мир к лучшему

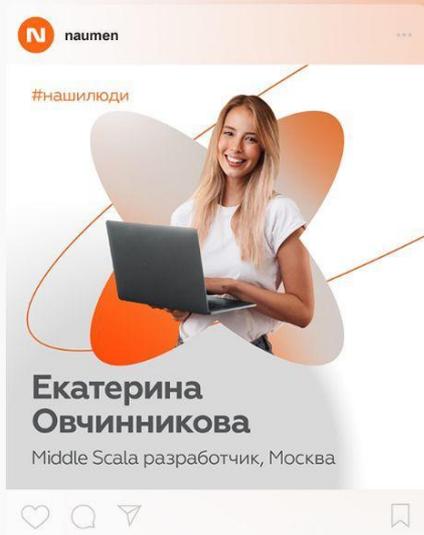


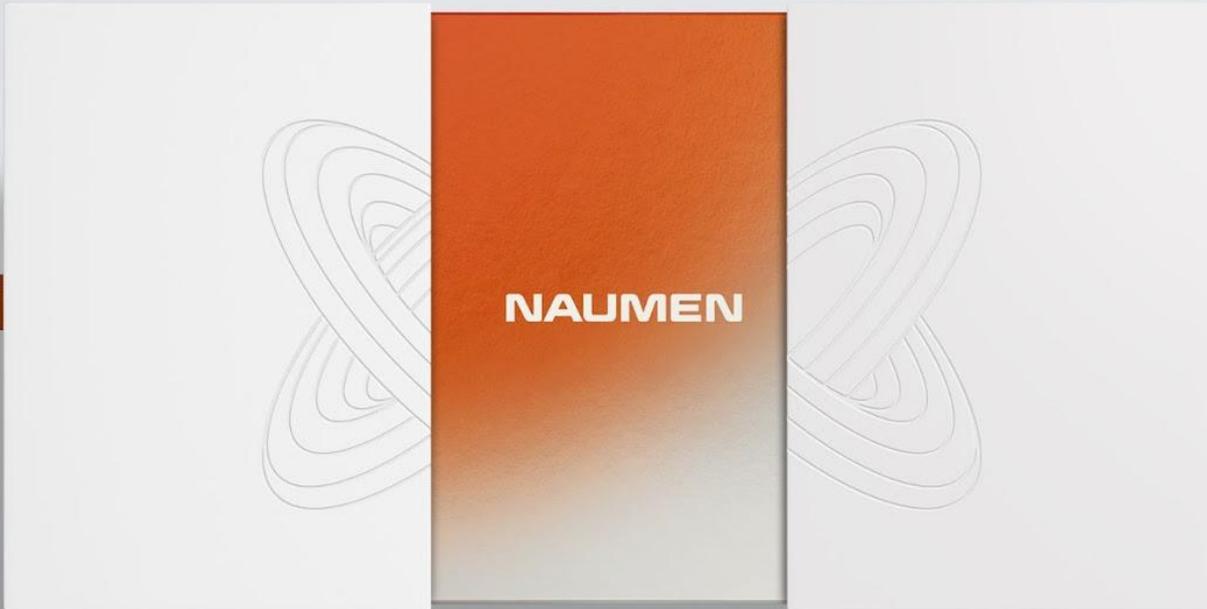
Лекция
**Ошибки при
собеседовании**

10.09/20:00
Актовый зал, корпус 1

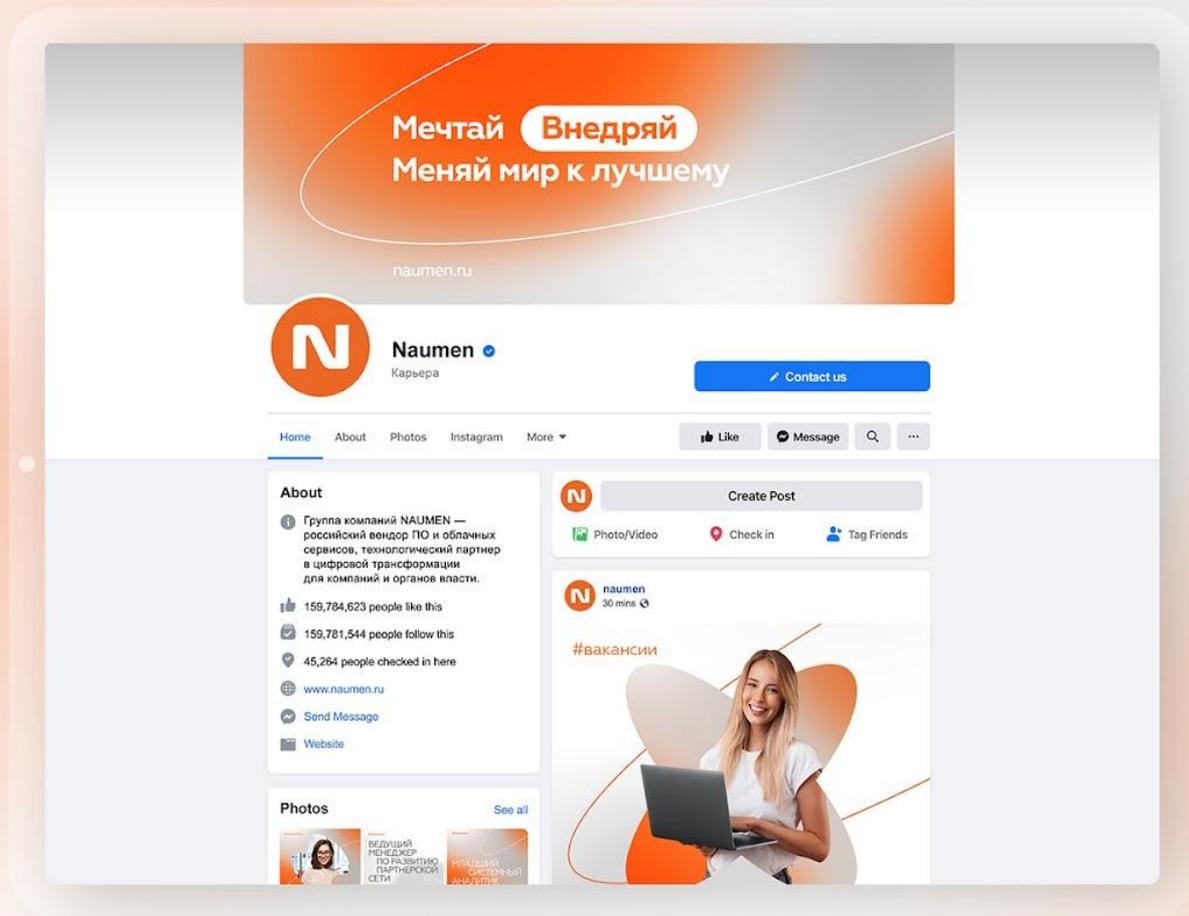
Вход
свободный











NAUMEN

naumen.ru

Мечтай **Внедряй**
Меняй мир к лучшему



Разработка HR-бренда для Криогенмаш – лидера рынка оборудования по производству технических газов

Криогенмаш – **лидер рынка** оборудования для производства, транспортирования и хранения технических газов, продукция поставляется в **30 стран мира**.

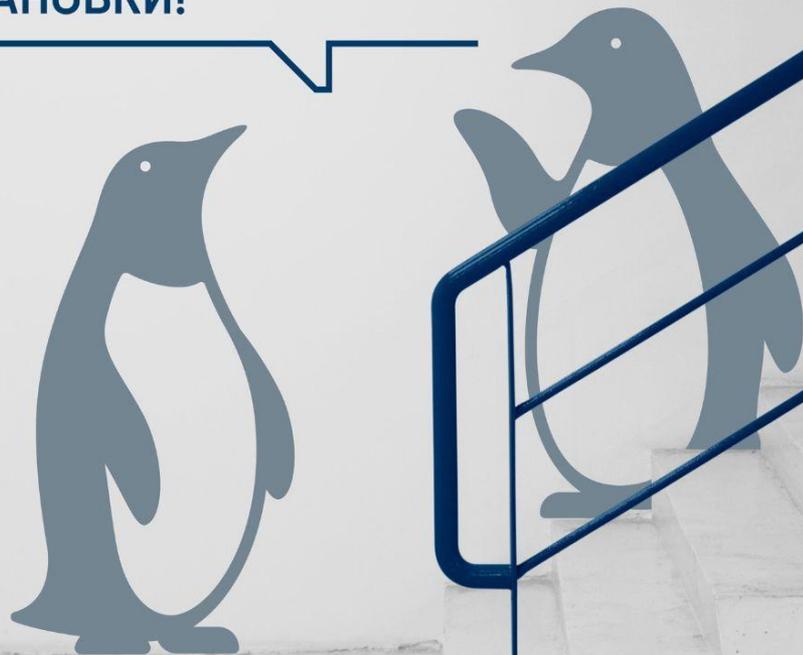
- Аудит HR-бренда
- Исследования трендов HR-рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа HR-бренда
- Ключевая идея
- Ключевое коммуникационное сообщение
- Фирменный стиль
- Носители фирменного стиля
- Брендбук





02

ДВИЖЕНИЕ ТОЛЬКО ВПЕРЁД,
БЕЗ ОСТАНОВКИ!



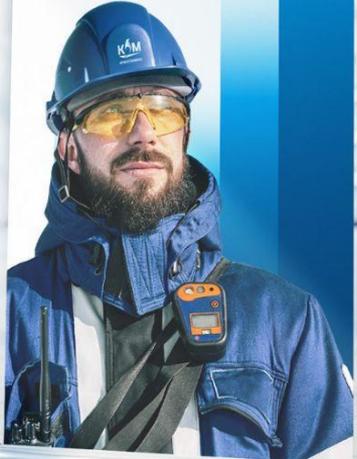




**ДЕЛАЙ
НЕВОЗМОЖНОЕ**
С КРИОГЕНМАШ



Стань
частью
нашей
команды





ДЕЛАЮ
НЕВОЗМОЖНОЕ
С КРИОГЕНМАШ

К ВЗЛЕТУ
ГОТОВ!

СИЛЬНЫЕ
НАТУРЫ
ИДУТ НОВЫМИ
ПУТЯМИ

КРИТИКА
СПОСОБНА
ЗАГУБИТЬ
ЛЮБУЮ МЫСЛЬ

КРИОГЕНМАШ
БОЛЬШЕ,
ЧЕМ РАБОТА

ОП
ОПОП
ОП

ЛИДЕР КРИОГЕННОГО ОБОРУДОВАНИЯ РОССИИ



70%

На оборудовании, изготовленном
Криогенмаш, производится около
70% годового объема производства
технических газов в России.



Подробнее
на сайте



cryogenmash.ru

РЕШЕНИЯ И СЕРВИСЫ ПРОГРЕССИВНЫХ КРИОГЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ



20%

Выпускаемая продукция «Криогенмаш»
конкурентоспособна на международном
рынке, поэтому около 20% продукции
поставляется на экспорт.



cryogenmash.ru

ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫЕ ИНЖЕНЕРНЫЕ РЕШЕНИЯ



10%

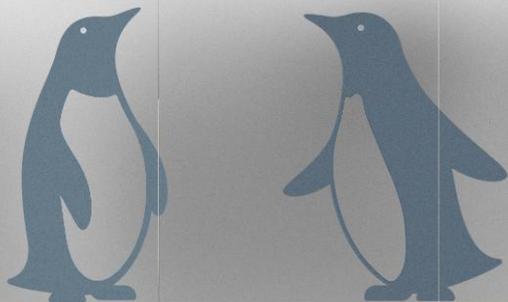
На технологии «Криогенмаш»
работает около 10% мини-заводов
СПб в Европе.



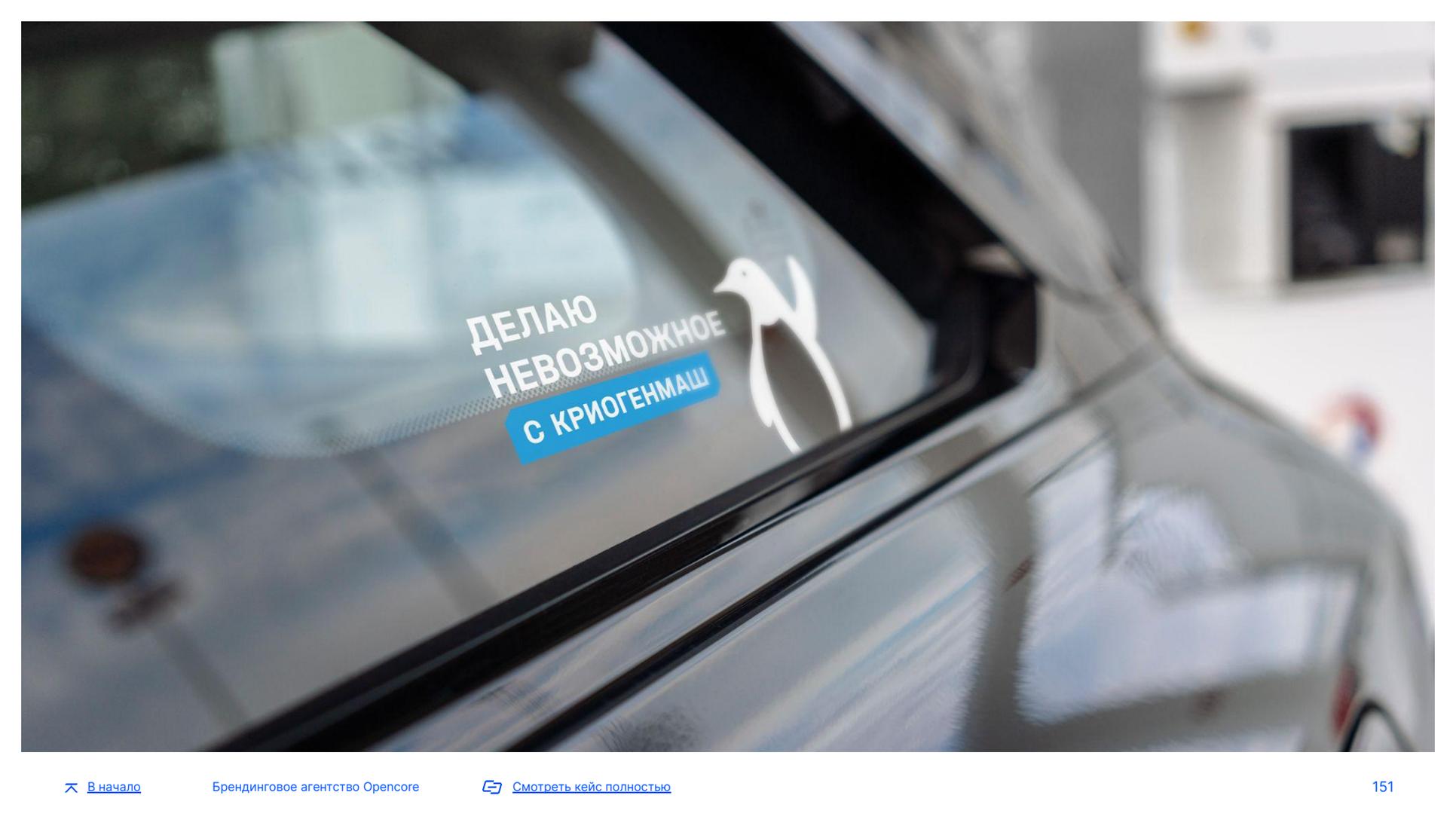
cryogenmash.ru

КРИОГЕНМАШ

ЧУЖИМИ РУКАМИ ХОРОШЕЙ
РАБОТЫ НЕ СДЕЛАЕШЬ.



АИИ КРИОТЕМАШ №12
ПЕРЕГОВОРНАЯ

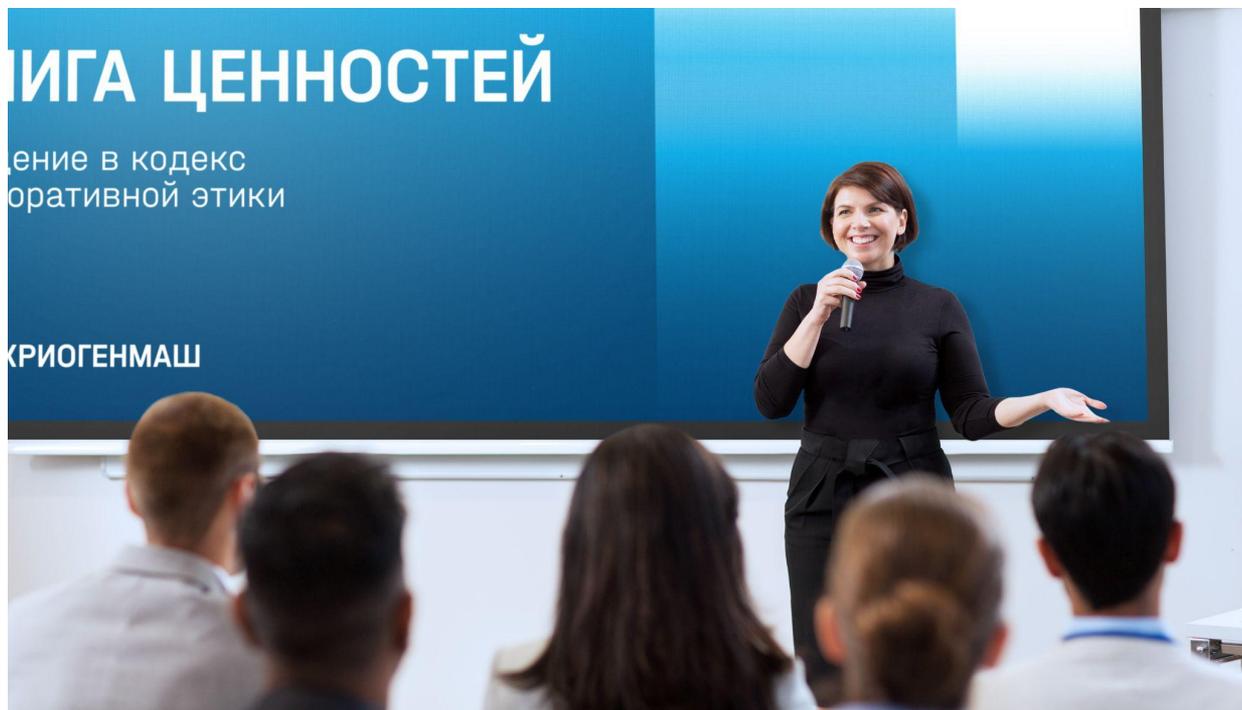
A close-up photograph of a car's front window. On the window, there is a white decal of a bird, possibly a seagull, with its wings spread. Below the decal is a blue rectangular sticker with white text. The text is arranged in three lines: "ДЕЛАЮ" on the first line, "НЕВОЗМОЖНОЕ" on the second line, and "С КРИОГЕНМАШ" on the third line. The background shows a blurred view of a building and a person in a white uniform.

ДЕЛАЮ
НЕВОЗМОЖНОЕ
С КРИОГЕНМАШ

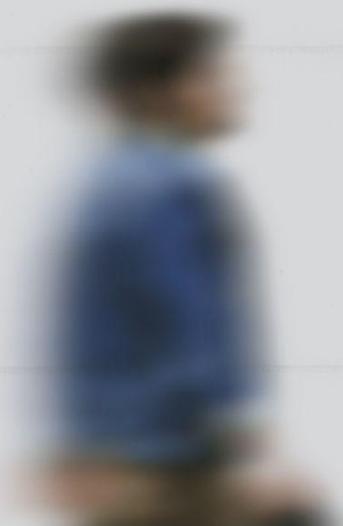
Разработка книги ценностей и коммуникационной стратегии для Криогенмаш

Криогенмаш – **лидер рынка** оборудования для производства, транспортирования и хранения технических газов, продукция поставляется в **30 стран мира**. На оборудовании, изготовленном «Криогенмаш», выпускается около **80% годового объёма производства технических газов в России**.

- Исследования трендов HR-рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Книга ценностей
- Коммуникационная стратегия

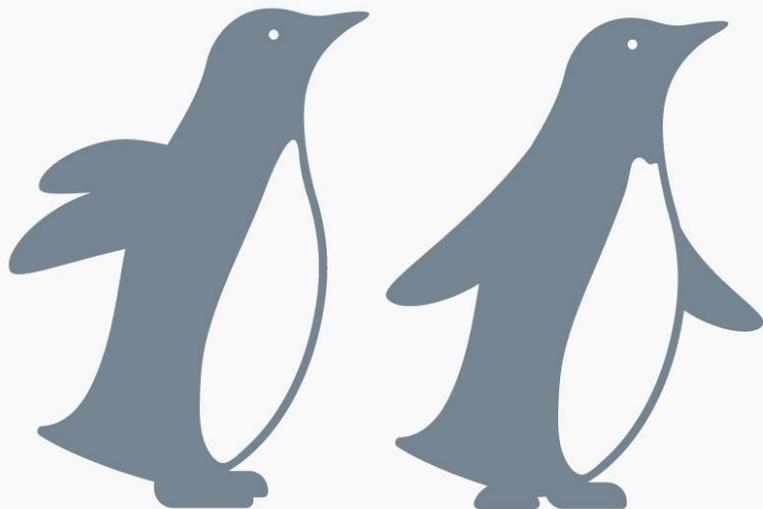


КАЧЕСТВО НАШЕЙ ПРОДУКЦИИ — ЭТО НАШЕ ЛИЦО





Сильные натуры предпочитают идти новыми путями вместо того, чтобы следовать спокойными проторёнными дорожками.



Пётр Леонидович Капица

Лауреат Нобелевской премии,
основатель «Криогенмаша»

ЦЕННОСТЬ 1.

ДОВЕРИЕ

Руководство на основе равенства, уважения и доверия. Поэтому мы открыты к частным в команду инициативам, ценим вклад каждого, создаем безопасную комфортную среду на наших встречах онлайн и за его пределами.



КАК РАССУЖДАЕТ ПРИВЕРЖЕНЕЦ ЦЕННОСТИ?

«Управляйте — это дело компании, сотрудничать — фирменное преимущество»

«Уважаю, помогаю, работаю!»

Во взаимодействии мы не пытаемся переиграть, обойти, обмануть, обмануть и выиграть. Мы стараемся выиграть вместе. Мы стараемся выиграть вместе. Мы стараемся выиграть вместе.

«Отношусь к другому так, как хочешь, чтобы относились к тебе!»

Критика, безусловно, способна загубить любую мысль.

Пётр Леонидович Каленца
Руководитель филиальной команды, специалист по клиентскому опыту

КАК ВЕДЕТ СЕБЯ ПРИВЕРЖЕНЕЦ ЦЕННОСТИ?

Приверженец ценности открыт:

- открыт к диалогу, способен слушать и слышать
- способен выслушать и услышать, способен выслушать и услышать
- способен выслушать и услышать, способен выслушать и услышать
- способен выслушать и услышать, способен выслушать и услышать
- способен выслушать и услышать, способен выслушать и услышать

Приверженец ценности ценит взаимопомощь и поддержку, а значит:

- способен выслушать и услышать

УВАЖАТЬ,
ПОМОГАТЬ,
РАБОТАТЬ!



33

34

35

36

37

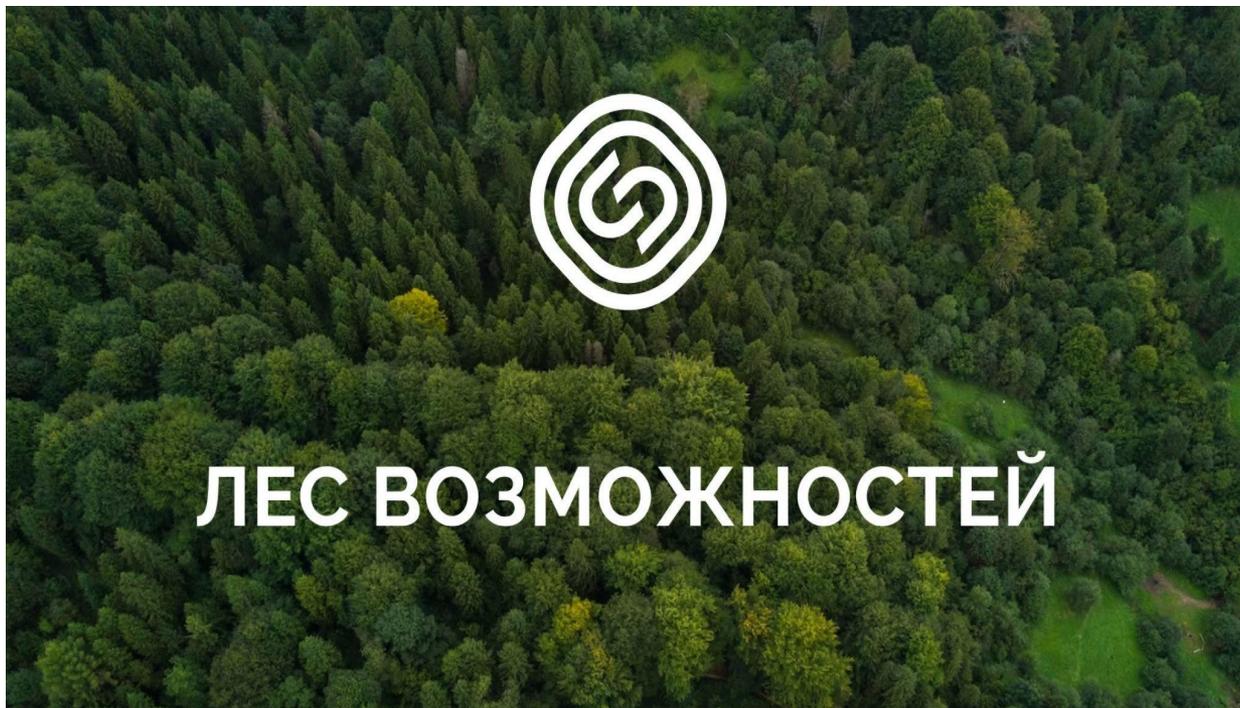


Разработка HR-стратегии и слогана для Segezha Group – лидера лесопромышленной отрасли



Segezha Group (входит в структуру АФК «Система») — **ведущий российский лесопромышленный холдинг, лидер** по лесозаготовке в России за 2021 год. Холдинг объединяет российские и европейские предприятия лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности.

- Аудит HR-бренда
- Исследования трендов HR-рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа HR-бренда
- Ключевая идея
- Слоган



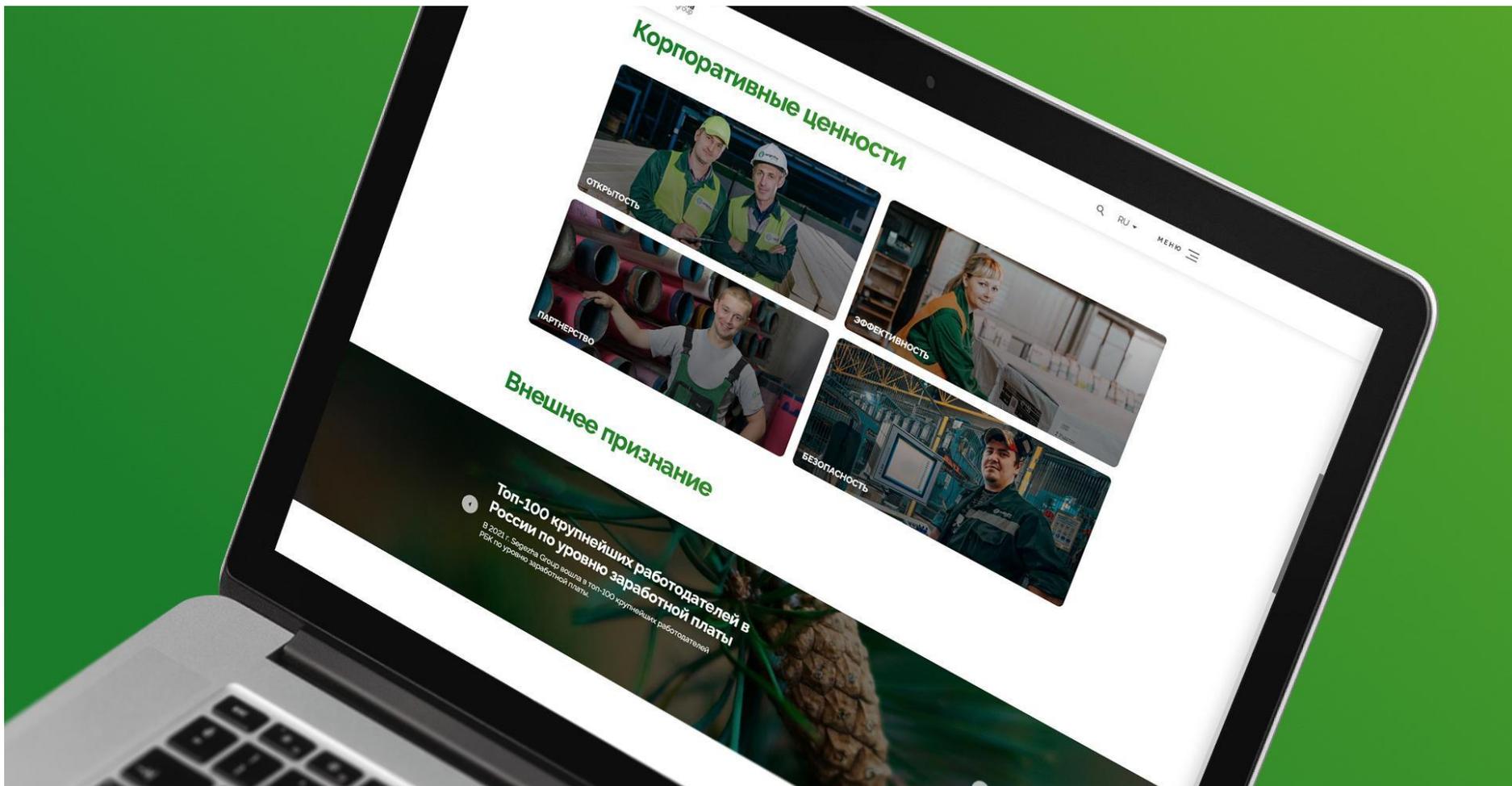
Корпоративная культура

Работа в Segezha Group – это лес возможностей для каждого, кто готов брать на себя ответственность, работать на результат и менять жизнь к лучшему.



Видение

Каждый день мы создаем корпоративную культуру, в основе которой простая идея



OPENCORE

Проекты

Брендинг упаковки

Ребрендинг федерального бренда туалетной бумаги Murrella

Русская бумага — компания-производитель бумажных салфеток, полотенец и туалетной бумаги с **20-летней историей**.



- Исследования конкурентов и целевой аудитории
- Ключевая идея
- Название бренда
- Концепция дизайна упаковки







Murrella

SUPER SOFT

ТУАЛЕТНАЯ БУМАГА

2
рулона

Ребрендинг федерального бренда продуктов питания Tesoro

Tesoro®

IATFCS — **международная ассоциация поставщиков традиционных продуктов питания и национальной кулинарии.**

Tesoro — зонтичный бренд для традиционных продуктов из стран европейского Средиземноморья.

- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Слоган
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Концепция фирменного стиля
- Концепция дизайна упаковки
- Носители фирменного стиля
- Дизайн этикеток продукции
- Коммуникационная стратегия



Tesoro®

было

Tesoro®

стало

Tesoro®

ПРЯМЫМ РЕЙСОМ
ИЗ СРЕДИЗЕМНОМОРЬЯ





ОЛИВКИ ЗЕЛЕННЫЕ ОЛИВКИ КРАСНЫМ ПЕРЦЕМ

... пектин, загуститель
... кислота (E270)
... аскорбиновая
... После
... стерилизованные.

МАССОВАЯ ЦЕННОСТЬ НА 100 ГРАММ ПРОДУКТА:

ВОДА, г	1,10
КЛОРОФЫЛ, г	0,10
ВНУТРИ САХАР, г	0,10
ЖИР, г	0,10
ВНУТРИ НАСЫЩЕННЫЕ, г	15,00
ВЕТЧАТКА, г	4,00
СОЛЬ, г	2,50
НАТРИЙ, г	3,50
	1,42

ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ:
144 ккал / 594 кДж на 100г

120г МАССА ОСНОВНОГО
ПРОДУКТА



Импортер и организация, уполномоченная
принимать претензии на территории РФ:
ООО «ВЕГА ИМПЭКС» 115088, Москва,
2-ая улица Машиностроения, д. 17, стр 1.
Тел: +7 (495) 781-4208, vega@vegaimpex.ru

УЗНАЙ ВСЕ О НАСТОЯЩЕЙ
WWW.TESORO-VEGA.RU





**SINCE 1970 -
ГОД ОСНОВАНИЯ**



**ПОЧТОВАЯ ПЕЧАТЬ
С КАРТОЙ СТРАНЫ**



**СТРАНА
ПРОИСХОЖДЕНИЯ**

Содержание

стр. 49

6 Визитки новостей

Еда и напитки

- 6 **Рецепты с авторграфом**
Бригит Баррауэлло о вкусах детства, олова Фрэнко и новом ресторане Tinto Sabon
- 14 **Фавориты месяца**
Зимородочные осты: рецепты с хурмой, крапчатками и книсером
- 16 **На завтрак**
Гречка не только вкус: гречневые фрикадельки, спагетти в мажарском и шарики с морепродуктами и салатом с креветками
- 20 **Актуальная тема**
Еда жизни — икра! Гудка, желте и авторизор на икря, а также 6 блюд к Новому году
- 32 **Салаты**
Модные новогодние салаты
- 36 **Закуски**
Василье и сытные закуски для большой компании
- 44 **Преддлинное меню**
Идем для новогоднего стола от трех месяцев шир: повара на Уильямовка, Саватова и Сузалева
- 52 **Блюда для двоих**
Почему крапчатка с южосом и гинджер на рисе басмати
- 54 **Воскресный обед**
Легендарные сосиски, трюфельный домин и кнудер турки: обед в стиле австралийских рождественских традиций
- 58 **Варьянты**
5 необычных блюд с ливан
- 62 **Классика**
Яркие гречневые блины бонифратини
- 71 **Ужин**
Ужин с гречневой кашей и овощами
- 72 **Мастер-класс**
Готовим утку с фруктами и джемом
- 74 **Секреты**
Согревающие блюда с имбирем
- 77 **Сочетание**
Не забудьте, в рецепте утка с овощами
- 78 **Десерты**
Новогодние выпечки с орехами
- 84 **Коктейли**
Под бой курантов: кофейные напитки с рождественскими ароматами
- 88 **Путешествие по вкусам**
10 идей для отдыха в Европе

стр. 76

стр. 40

стр. 35

стр. 26

стр. 80

Tesoro

ПРЯМЫМ РЕЙСОМ ИЗ СРЕДИЗЕМНОМОРЬЯ

ПОДЛИННЫЕ ПРОДУКТЫ СРЕДИЗЕМНОМОРСКОЙ КУХНИ, ДОСТАВЛЕННЫЕ К ВАШЕМУ СТОЛУ

www.tesoromark.com

Разработка бренда Vivid в категории сухих почвогрунтов

Vivid

Частный инвестор.

- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Ключевая идея
- Название
- Концепция фирменного стиля
- Концепция дизайна упаковки
- Носители фирменного стиля
- Дизайн этикеток продукции











Vivid

РЕЦЕПТ ПИТАТЕЛЬНОГО КОКТЕЙЛЯ ИЗ ПОЧВОГРУНТА

Для правильного роста растений
рекомендуем после посадки,
использовать **составы JOY:**

- Активатор роста и цветения**
активирует рост корневой
системы и увеличивает
зелёную массу
- AGB от болезней растений**
повышает иммунитет

ВОЛШЕБНЫЙ ЭЛИКСИР ДЛЯ ВАШИХ ЦВЕТУЩИХ –
ЭКОЛОГИЧЕСКИ ЧИСТЫЙ ПОЧВОГРУНТ,
СПОСОБСТВУЮЩИЙ РОСТУ И ЦВЕТЕНИЮ
КОМНАТНЫХ И ДЕКОРАТИВНЫХ РАСТЕНИЙ

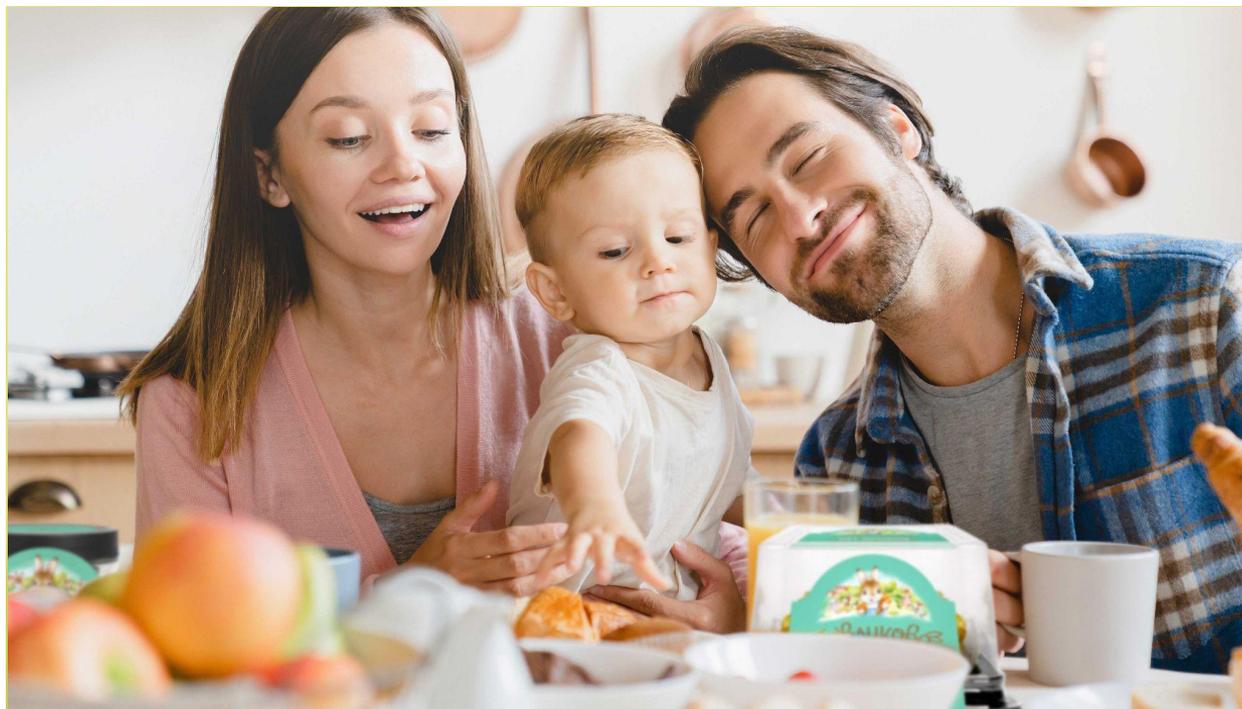
- Оказывает комплексное воздействие на растение,
улучшая его физические и биологические свойства
- Обладает оптимальным pH для усвоения питательных веществ
- Улучшает воздухопроницаемость и влагоёмкость
- Способствует быстрой адаптации
- Ускоряет



Разработка бренда кондитерских изделий Павликово

Павликово

Павликово — локальная пекарня, занимающаяся выпуском кондитерских изделий и хлеба.



- Исследования трендов рынка, конкурентов и целевой аудитории
- Платформа бренда
- Концепция дизайна упаковки
- Дизайн этикеток продукции













Разработка сильного бренда

Методология Opencore

В чем секрет разработки сильного бренда?

Исследования

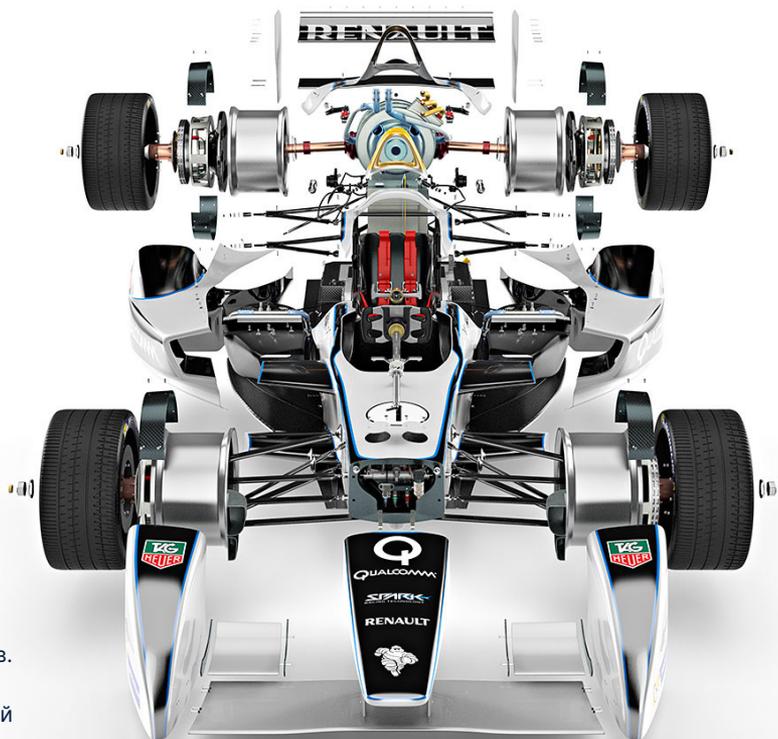
Позволяют находить прорывные идеи, совершенствовать существующие решения и избегать ошибок, сохраняя время и деньги во время гонки за выбор и лояльность целевой аудитории

Стратегия бренда

Мощная конструкция, на которой установлены все ключевые элементы бренда. Без этого элемента ваш бренд – бессмысленный набор отдельных запчастей

Коммуникации

Форма болида – не просто прихоть дизайнера, а следствие глубоких исследований и расчетов. Поэтому название, слоган, фирменный стиль – лишь видимая оболочка, созданная вокруг идей и смыслов, заложенных в стратегии бренда



Внедрение

С момента выхода на старт гонки начинается самое сложное – необходимо увеличивать скорость и маневрировать, сверяясь коммуникационной стратегией, следить за ключевыми показателями, и вносить корректировки, по мере возникновения необходимости

Обучение

Без опытного пилота успеха не добиться, именно поэтому в процессе работы мы уделяем особое внимание обучению команды клиента самым передовыми технологиями в брендинге, чтобы вы как можно быстрее достигали рыночных побед!



Маршрутная карта проекта



1

Постановка целей и задач

Правильно поставленная задача — половина успеха. Именно поэтому мы проводим глубинные интервью с командой заказчика, собираем все мнения и детали. На основе собранной информации и проанализированных материалов заказчика, мы формируем точное и детализированное ТЗ, которое позволяет безошибочно находить решения поставленных задач.

Постановка целей и задач

Состав работ

1.1 Первичная аналитика и аудит

- аудит маркетинговых материалов заказчика и проведённых исследований
- Построение первичных внутренних гипотез

1.2 Брифинг с проектной командой заказчика

- онлайн-встреча с проектной командой заказчика
- уточнение целей и задач проекта

1.3 Глубинные интервью с проектной командой заказчика

- составление выборки (владельцы, ключевые сотрудники)
- разработка гайда (анкета для проведения интервью)
- проведение глубинных интервью
- транскрибация аудиозаписей глубинных интервью (перевод аудиозаписей в текстовый формат)
- обработка и анализ собранных данных
- формирование отчёта на основе проведённого исследования



Результат этапа

Аналитический отчёт в формате PDF, содержащий точки синхронизации/рассинхронизации команды заказчика, первичное видение о компании, продукте/услуге, конкурентах/бенчмарках, целевых группах. Отчет содержит данные полученные исключительно на глубинных интервью с командой заказчика.

2

Внешние исследования

Исследования являются основой для разработки востребованных продуктов и услуг, формирования оптимального ассортимента и создания сильных брендов, что, в свою очередь, повышает продажи, долю рынка и лояльность целевой аудитории. Внешние исследования как минимум обогащают видение команды заказчика, как максимум — в корне его меняют.



2.1

Внешние исследования

Кабинетный экспресс-обзор конкурентного окружения и бенчмаркинг



Состав работ

- анализ коммуникаций различных брендов на рынке
- формирование выводов на основе собранных данных

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая перечень брендов, рекомендуемых агентством для дальнейшего изучения (этап 2.2).

Кабинетные исследования конкурентного окружения и бенчмаркинг



Состав работ

- **анализ конкурентов/бенчмарок в различных каналах коммуникации:**
 - определение брендингового позиционирования
 - определение ролевой модели бренда
 - определение ключевой семантики бренда
 - выявление ключевого сообщения (при наличии)
 - анализ стилистики текстов и дизайна
 - выявление RTB, USP и других характерных особенностей для каждого бренда (при их наличии)
- **сегментация ключевых конкурентов/бенчмарок по универсальной поведенческой модели Psychea**
- **построение карты рынка на основе брендингового позиционирования и ролевых моделей**

*В случае, если заказчик не может предоставить перечень брендов для исследования, агентство проводит **предварительный экспресс-анализ (2.1)** и предоставляет заказчику рекомендованный перечень брендов для подробного изучения*

Результат этапа

Аналитический отчёт в формате PDF, содержащий сегментацию и описание профилей конкурентов/бенчмарок, существующие зоны позиционирования и значимые характеристики для дифференциации брендов на рынке.

Качественные исследования целевой аудитории (глубинные интервью)



Состав работ

- составление выборки (количество респондентов, их сегментация)
- разработка гайда (анкета для проведения интервью)
- проведение серии индивидуальных глубинных интервью
- транскрибация аудиозаписей (перевод аудиозаписей в текстовый формат)
- обработка и анализ собранных данных
- формирование отчёта на основе собранных данных

Возможные направления для исследования:

- сегментация целевых аудиторий (типы целевых аудиторий)
- модели использования (как ЦА использует продукт/услугу, в т.ч. ситуации потребления)
- драйверы и барьеры потребления (что побуждает ЦА к использованию продукта/услуги и наоборот, отталкивает)
- неудовлетворённые потребности (потребности, которые не удовлетворяются текущими предложениями)
- идеальный/плохой образ бренда (как ЦА представляет и описывает идеальный/плохой бренд)
- восприятие бренда заказчика, конкурирующих брендов и бенчмарков (что ЦА думает о каждом бренде)
- восприятие рекламы брендов (какую рекламу видела ЦА, что она запомнила, отношение к рекламе)

Результат этапа

Аналитический отчёт в формате PDF, содержащий сегментацию и описание профилей целевых аудиторий, включая психографические характеристики.

2.4

Внешние исследования

Консолидация выводов на основе проведенных исследований



Состав работ

- консолидация выводов, полученных по результатам исследований на всех предыдущих этапах
- формирование итоговых выводов на основе собранных данных

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая консолидированные выводы на основе проведённых исследований.

3

Стратегия бренда

Фундаментальный этап, на котором закладывается смысловая основа, которая будет регламентировать все дальнейшие этапы работ как в рамках создания бренда, так и при его дальнейшем развитии. Грамотная стратегия бренда позволит превратить ваш бренд в lovemark.



Ценностное предложение



Ценностное предложение (Value Proposition) — ясное и простое изложение преимуществ, которые получит ваша целевая аудитория при покупке продукта/услуги. Наличие такого предложения определяет ценность вашей компании на рынке, что дает ей конкурентное преимущество — отличие от других брендов. Ценностное предложение является драйвером к тому, чтобы перестать мыслить своим продуктом/услугой и начать мыслить клиентскими выгодами, ценностями и получаемым опытом.

Состав работ

- поиск ценностного предложения на основе данных из проведенных исследований
- описание ценностного предложения.

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая описание ценностного предложения.

Платформа бренда



Платформа выполняет роль основного регулирующего механизма во всех процессах, происходящих с брендом. Платформа бренда — основной рабочий инструмент, регламентирующий деятельность бренд-менеджеров, маркетологов, дизайнеров и других специалистов. Наличие платформы оказывает прямое действие на оптимизацию маркетинговых и рекламных бюджетов за счёт исключения заведомо убыточных вложений.

Состав работ

- описание целевых аудиторий (сегментация зависит от проведённых исследований)
- позиционирование бренда (позиция, которую занимает продукт/услуга в сознании целевой аудитории)
- ценности (ключевые принципы бренда, релевантные ценностям целевой аудитории)
- миссия (нематериальная мотивация — высшая цель, не связанная с извлечением прибыли)
- видение будущего (каким компания видит бренд в среднесрочной и долгосрочной перспективе)
- стиль и интонация (набор принципов, которым должны соответствовать коммуникации бренда)
- определение USP (характеристика, отличающая продукт/услугу)
- определение RTB (подтверждённые причины для доверия)

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая описание платформы бренда.

Метафора бренда (ключевая идея бренда)



Метафора бренда — кратчайший путь к сердцу целевой аудитории. Метафора поможет передать суть бренда в ярких, доступных и понятных образах. Метафора вместе со стилем и интонацией бренда задаёт направление для разработки всех видов коммуникаций.

Состав работ

- поиск метафоры на основе данных из платформы бренда
- описание метафоры
- подбор визуальных референсов, описывающих метафорический мир (основа для визуальных коммуникаций)

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая описание и мудборд метафоры бренда.

3.4

Стратегия бренда

ТЗ на разработку коммуникаций бренда



Техническое задание (ТЗ) определяет точное направление для разработки коммуникаций и является ключевым критерием оценки полученного результата.

Состав работ

- постановка точного ТЗ для разработки вербальных и визуальных коммуникации
- подбор референсов на основе ТЗ

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая детализированное ТЗ для разработки коммуникаций бренда.

4

Вербальные коммуникации

Вербальные коммуникации включают в себя разработку названий, слоганов, легенды бренда и любых видов текстов, в т.ч. скриптов для отдела продаж. Чем точнее подобраны слова, тем убедительнее звучит ваше предложение.



4.1

Вербальные коммуникации

Название бренда



Название является основным вербальным активом бренда, именно через него происходит первый контакт с целевой аудиторией. Задача названия — создать устойчивую связь между семантикой слова, впечатлением от вашего бренда и его позиционированием. Разработанное название в обязательном порядке проходит проверку на уникальность, регистрационную чистоту и правоохранную способность.

Алгоритм действий

- разработка лонг-листа названий
- выбор шорт-листа названий
- проверка названий из шорт-листа на наличие схожих названий в соответствующих классах МКТУ
- итоговый отбор названий для формирования презентации
- описание преимуществ каждого названия, подбор доступных для покупки доменных имён
- формирование презентации для подачи заказчику

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая список и краткие описания предложенных названий, доступные для покупки доменные имена.

Слоган глобального позиционирования



Слоган глобального позиционирования (СГП) — короткое и ёмкое выражение (словосочетание, фраза, предложение, а иногда и одно слово), отражающее позиционирование бренда. СГП может стать мощным катализатором поведения целевой аудитории, если основан на глубоком понимании их мотивов и ценностных моделей.

Алгоритм действий

- разработка лонг-листа СГП
- выбор шорт-листа СГП
- проверка СГП из шорт-листа на наличие схожих слоганов
- итоговый отбор СГП для формирования презентации
- формирование презентации для подачи заказчику

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая список предложенных слоганов глобального позиционирования.

4.3

Вербальные коммуникации

Легенда бренда



Легенда бренда — это яркая и запоминающаяся история о вашей компании, продукте или услуге.

Легенда раскрывает позиционирование в форме понятного и вдохновляющего рассказа, формируя необходимый образ, тем самым оживляя и дополнительно закрепляя его в сознании целевой аудитории. Легенда выступает в качестве инструмента продвижения, используется во внешних и внутренних коммуникациях.

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая легенду бренда.

Алгоритм действий

- разработка структуры текста
- формирование ключевых тезисов
- копирайтинг
- корректура и финишная доработка

5

Визуальные коммуникации

Логотип, элементы и носители фирменного стиля не просто позволяют вашей компании быть узнаваемыми на фоне конкурентного окружения, они транслируют ключевые смыслы и особенности вашего бренда, которые потребители неосознанно считывают.



Концепция фирменного стиля



Фирменный стиль — сложная система, которая состоит из множества постоянно взаимодействующих между собой элементов, и знак/логотип является только одним из них. Именно поэтому важно рассматривать все элементы фирменного стиля в целом, а не утверждать по отдельности. Такой подход гарантирует отсутствие проблем в работе с системой в будущем.

Состав работ

- разработка эскизов концепций
- отбор концепций для формирования презентации
- разработка системы дизайна для каждой концепции:
 - знак/логотип
 - фирменные цвета
 - фирменные шрифты (подбор фирменных шрифтов)
 - фирменная графика (если предусмотрено системой дизайна)
 - основные принципы компоновки элементов фирменного стиля на носителях
- разработка дизайна носителей фирменного стиля для каждой концепции
- подготовка визуализаций дизайна носителей фирменного стиля на фотореалистичных мокапах
- формирование презентации для подачи заказчику

Результат этапа

Логобук в формате PDF, содержащий разработанные и утверждённые элементы фирменного стиля и визуализации носителей фирменного стиля, разработанных в рамках концепции. Отдельные элементы фирменного стиля доступны для скачивания в форматах AI, PDF, JPG.

Мастер-макеты носителей фирменного стиля



Рекомендуется разрабатывать носители фирменного стиля параллельно с разработкой брендбука. Рекомендуемое количество при первой единоразовой разработке — не менее 10 различных по формату и задачам носителей. Данный подход позволяет проверить систему дизайна в самых экстремальных вариантах использования и при необходимости внести корректировки в саму систему и брендбук.

Состав работ

Перечень носителей согласовывается с заказчиком.

Результат этапа

Мастер-макеты, подготовленные для использования и дальнейшего тиражирования.

Брендбук



Брендбук — ключевой документ, объединяющий все правила и принципы, касающиеся стратегии бренда, вербальных и визуальных коммуникаций. Он является завершающим этапом разработки бренда и фиксирует всю информацию, которая потребуется при внедрении и управлении. Брендбук является основным инструментом для контроля качества выполняемых работ как внутри компании, так и для подрядчиков.

Состав работ

- стратегия бренда (на основе данных из этапа 3)
- базовые элементы фирменного стиля:
 - логотип и его вариации, охранное поле, допустимые и запрещённые варианты использования
 - фирменная палитра и пропорции цвета (основная и дополнительная палитра)
 - материалы для печати
 - шрифты и типографика
 - фотостиль
 - фирменная графика
- носители фирменного стиля:
 - модульная сетка, правила построения носителей фирменного стиля
 - перечень носителей фирменного стиля (разработанных на этапе 5.2)

Результат этапа

Логобук в формате PDF, содержащий разработанные и утверждённые элементы фирменного стиля и визуализации носителей фирменного стиля, разработанных в рамках концепции. Отдельные элементы фирменного стиля доступны для скачивания в форматах AI, PDF, JPG.

6

Сайт

Качественный сайт позволяет на понятном для целевой аудитории языке донести ваше ценностное предложение и ключевые особенности продукта или услуги. В итоге количество обращений через сайт вырастет на 30–50%, а сами лиды будут «теплее».





Состав работ

- проектирование:
 - разработка интерактивного прототипа сайта
 - подготовка описательного технического задания на разработку сайта
- дизайн:
 - разработка визуальной идеи и концепции сайта на основе утверждённого прототипа и ТЗ
 - разработка дизайн-макетов всех разделов, интерфейсов и систем сайта
- техническое производство:
 - разработка ядра системы: архитектура и система взаимоотношений отдельных элементов проекта
 - разработка клиентских сервисов: программирование функциональных составляющих
 - разработка сервисов администратора: программирование функциональных составляющих
 - вёрстка HTML-макетов на основе утверждённого дизайна
 - имплементация вёрстки и программного кода: сборка проекта
- наполнение сайта:
 - наполнение информацией, перенос необходимых данных,
- тестирование, запуск:
 - тестирование клиентской и административной части, внедрение доработок и корректив
 - подготовка платформы для размещения (установка и настройка под требования сервиса)
 - финальная настройка внешних и внутренних сервисов, систем статистики

Результат этапа

Готовый для использования сайт, адаптированный под все типы устройств.



Коммуникационная стратегия и рекламные материалы

После разработки бренда необходимо сформировать набор точных стратегических и тактических шагов, которые позволят как можно быстрее провести целевую аудиторию по воронке продаж, довести до покупки и далее сформировать высокую лояльность.

Коммуникационная стратегия



Задача коммуникационной стратегии — определение сегмента целевой 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 бренда.

Состав работ

- цели коммуникационной стратегии (бизнес-цели, маркетинговые цели, коммуникационные задачи)
- целевая аудитория (кому мы хотим донести информацию о компании, продукте/услуге)
- инсайты целевой аудитории (почему мы хотим это донести / почему это сработает)
- креативная идея рекламной кампании и концепция key visual (что мы хотим донести)
- выбор каналов коммуникации (где мы будем доносить креативную идею)
- выбор инструментов и механик (как мы будем доносить креативную идею)
- адаптация креативной идеи и key visual под выбранные инструменты и механики

Результат этапа

Презентация в формате PDF, содержащая детализированный план по выстраиванию коммуникации с целевой аудиторией в различных каналах на определённый период.

Мастер-макеты рекламных материалов



Мастер-макеты разрабатываются на основе коммуникационной стратегии и брендбука.

Состав работ

7.2.1 Разработка мастер-макета кейвижуала (key visual)

- сборка дизайна под заданный формат
- доработка элементов дизайна
- подготовка мастер-макета

7.2.2 Адаптация кейвижуала (key visual) под различные форматы

- адаптация кейвижуала (key visual) под различные форматы
- подготовка мастер-макетов

Результат этапа

Мастер-макеты, подготовленные для использования и дальнейшего тиражирования.

**А дальше самое
интересное —
запуск и внедрение!**



OPENCORE

У вас есть сложная задача для нас?

Запишитесь на консультацию и получите
дорожную карту решения вашей задачи.



Больше информации о проектах

ml@opencore.pro

+7 (495) 773-48-05

www.opencore.pro