



ЭФФЕКТИВНОЕ
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
БРЕНДОВ
**ПРИ ПРОДВИЖЕНИИ
НА ЭКСПОРТ**



БРЕНД

в т.ч БРЭНД от англ. BRAND [brænd]

комплекс представлений, мнений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик **продукта** либо **услуги**, который отличает товар или услугу одного **продавца** от товаров или услуг других **продавцов**

(Common Language Marketing Dictionary)

БРЕНД - семиотическая основа публичной деятельности

(А.И. Сидорчук, лекционные материалы)



БРЕНД

не в брендбукe, не на упаковке

а **В ГОЛОВЕ**

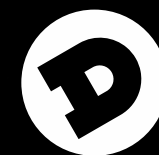


| **ТОРГОВАЯ МАРКА**

| **ЛОГОТИП**

| **НЕЙМИНГ**

| **СЛОГАН**







Знание с подсказкой

Покупатели вспоминают о бренде, если видят какой-то его атрибут — например, логотип, название или слоган. Лояльность в этом случае не сформирована, и если конкуренты предложат лучшие условия покупки (например, более низкую цену), покупатель предпочтет их товар.

Спонтанная узнаваемость, знание без подсказки

Этот уровень означает, что покупатель прочно ассоциирует бренд с определенной товарной категорией, причем для этого не нужно демонстрировать его атрибуты.

Первый бренд

При упоминании товарной категории потребитель сразу же вспоминает определенную торговую марку. В этом случае название бренда может стать именем нарицательным для всей группы товаров (так произошло, например, с памперсами или ксероксом).







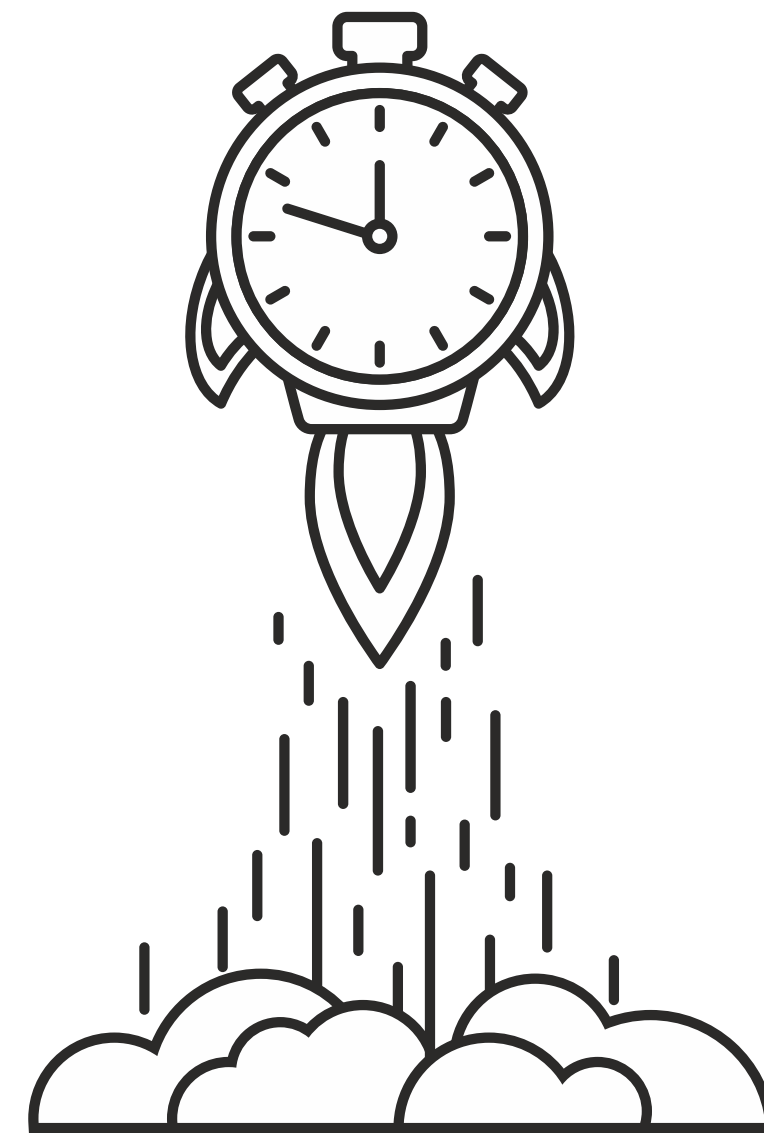


- дорожные знаки
- навигационные знаки, таблички
- форма, униформа, стиль одежды
- погодные явления, приметы
- мемы, мода

● БРЕНДЫ



информационный сигнал
система информационных сигналов



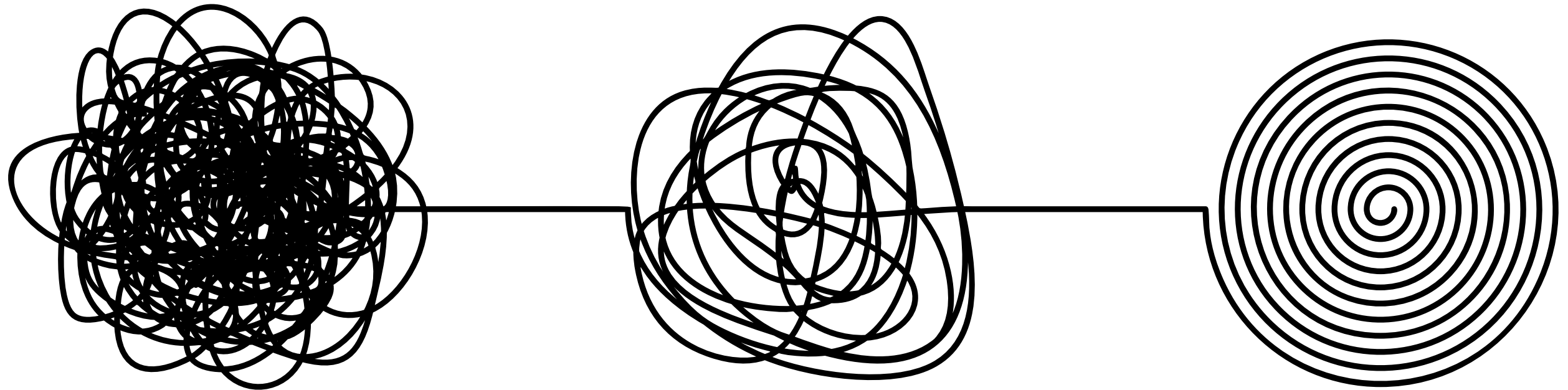


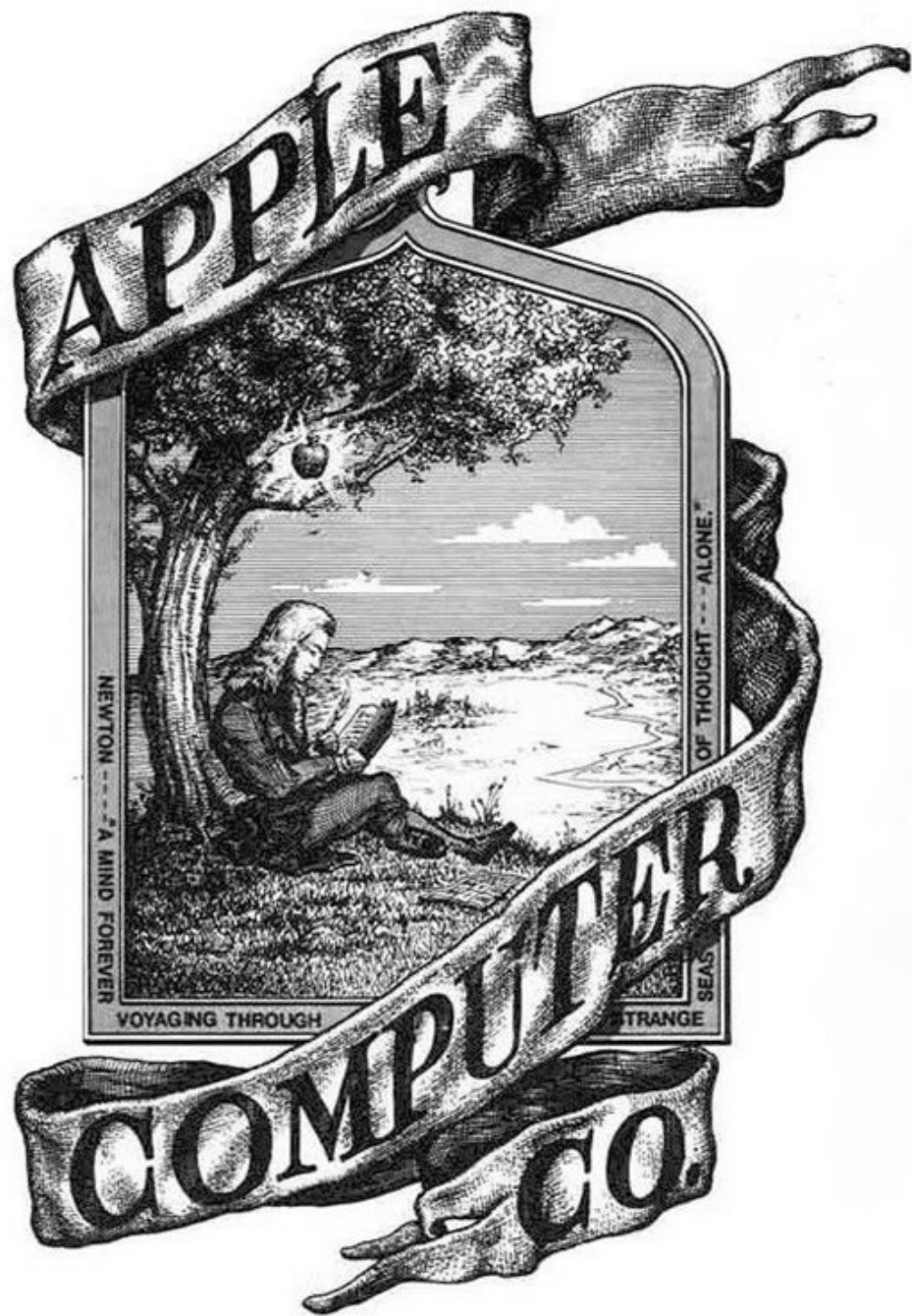
- Психолог и Нобелевский лауреат **Даниэль Канеман** разработал научную модель, в основе которой лежат две различные системы мышления и принятия решений, которые движут нашим поведением и выбором. Он называет их «Система 1» и «Система 2». Система 1 всегда активна, она предназначена для быстрых, автоматических и интуитивных решений. С помощью этой системы музыкант читает партитуру, а водитель едет по знакомому маршруту без навигатора. Система 2, напротив, предназначена для размышления. С ее помощью мы принимаем обдуманые решения.

(Дэниэл Канеман. «Думай медленно... Решай быстро»)

- Американский маркетолог **Фил Барден** очень удачно назвал их «Автопилотом» и «Пилотом» соответственно. По результатам исследований, сильные бренды человек воспринимает через «Автопилот», а слабые — через «Пилот», то есть слабые бренды активируют только «Систему 2» и потребители размышляют над покупкой продукта.

(Фил Барден. «Взлом маркетинга»)





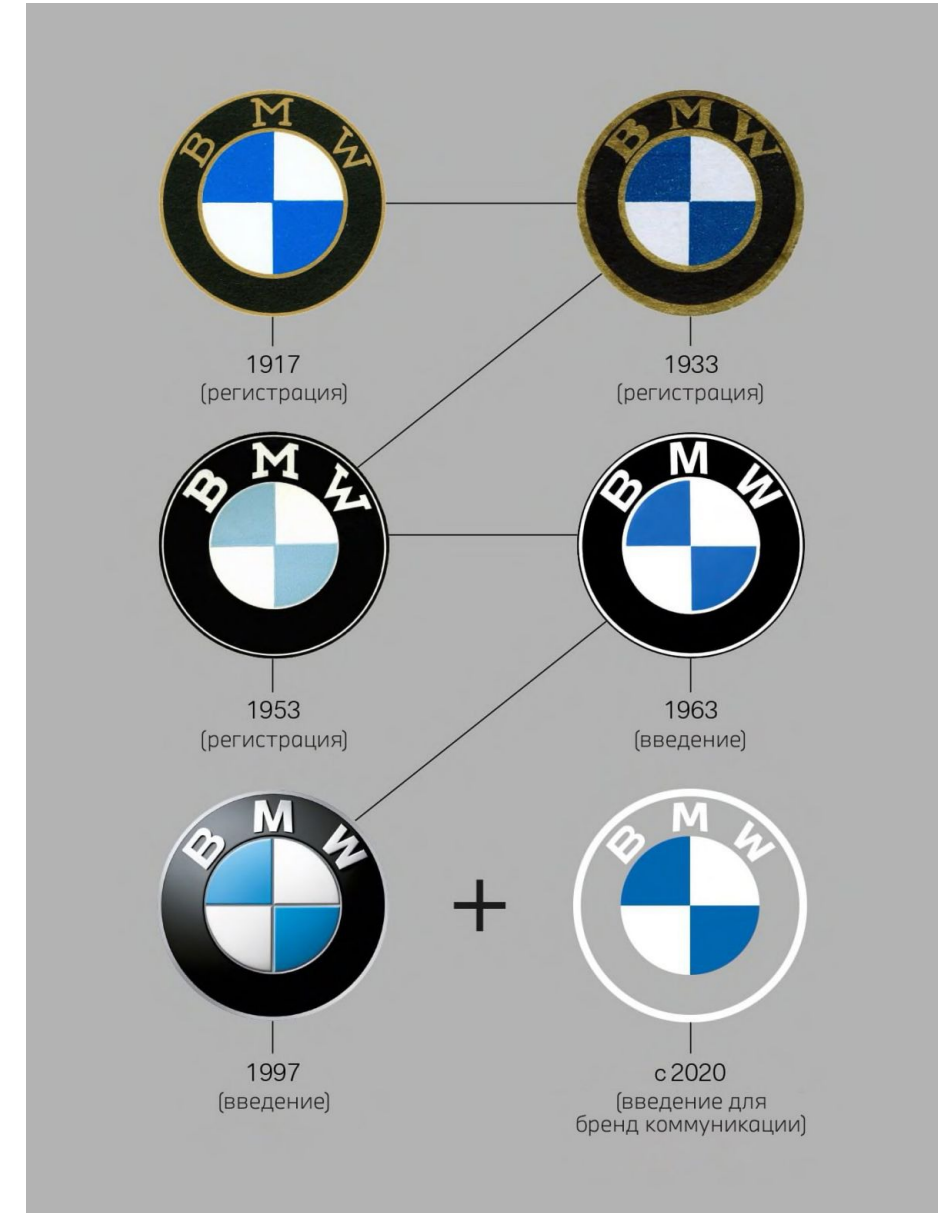
«Newton... A Mind Forever Voyaging Through Strange Seas of Thought ... Alone».

Если перевести оригинальный текст, получается следующее выражение «Ньютон... Ум, что в одиночку плывет сквозь мысли странные моря». Эта фраза встречается в произведении «Прелюдия», автор — Уильям Вордсворт.

23000\$

Рональд Джеральд Уэйн

Bayerische Motoren Werke - «Баварские Моторные Заводы»





- 1 Призма бренда (Jean-Noël Kapferer - Жан-Нозэль Капферер)
- 2 4D - брендинг (Tomas Gad - Томас Гэд)
- 3 Колесо бренда, луковица бренда
 - 4 ТТВ (Thompson Total Branding)
 - 5 Unilever Brand Key
 - 6 Censydiam
 - 7 Brand Name Development Services
 - 8 Метод Зозулёва



- ИССЛЕДОВАНИЕ
- СОЗДАНИЕ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА
- РАЗРАБОТКА
- ВНЕДРЕНИЕ



- МИССИЯ

- ЦЕННОСТИ

- ВЫГОДА

- ХАРАКТЕР
личность

- ДОВЕРИЕ (RTB)
reason to believe

- ТОН (ToV)
tone of voice

- ОБЕЩАНИЕ
УТП

- АТТРИБУТЫ
лого, сайт (домен), нейминг, фир.стиль, инфографика,
интерфейс, слоган, фир.шрифт, POS



ЦА

целевая аудитория

определение сегментов ЦА
десегментация ЦА
определение общей **боли** ЦА

УТП

уник. торговое предложение

обещание утолить **боль**





СТУДИЯ «ДА»
ПРОДВИЖЕНИЯ

ГОРЯЧЕЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

ресторанам и кафе
с доставкой



ВКУСНЫЕ ЦЕНЫ

на вкусную рекламу

ПЕЧАТЬ МЕНЮ

меню к заказу, флаеры, буклеты
очень качественно и быстро

скидка

15
%

ФУД-ФОТО СЪЕМКА

фотограф с возможностью выезда

20%

ДИЗАЙН МЕНЮ

талантливые дизайнеры

Земляные

30%



«ДА» СТУДИЯ
ПРОДВИЖЕНИЯ

☎ 40-29-29

✉ info@daportal.ru

🌐 <https://daportal.ru>

основные составляющие бренда

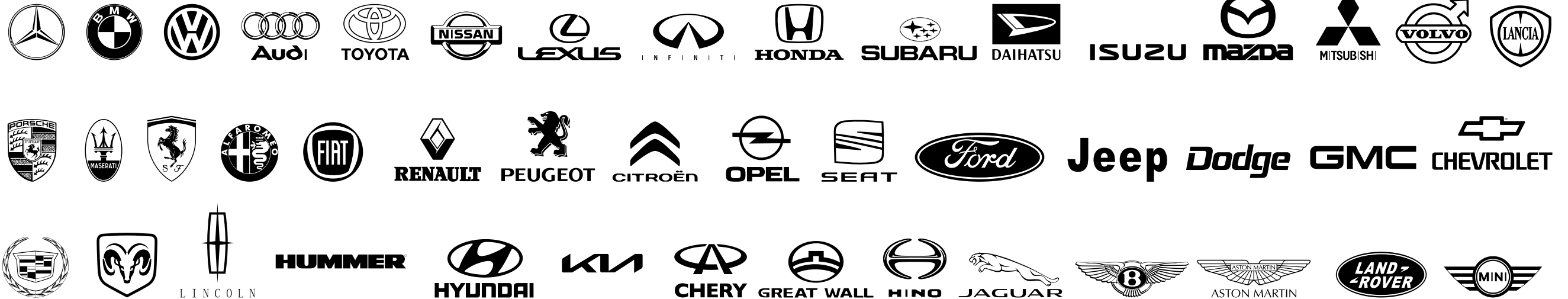




- **УВЕЛИЧЕНИЕ КОЛИЧЕСТВА ПРОДАЖ**
- **УВЕЛИЧЕНИЕ СТОИМОСТИ ЧЕКА**
 - создать привлекательный образ в сознании покупателя;
 - отразить важность и ценность товара;
 - отладить коммуникационную связь компании с потребителем;
 - выбрать каналы и стратегии продвижения продукта;
 - выделиться среди конкурентов;
 - индивидуализировать продукт;
 - идентифицировать продукт с помощью визуальных и вербальных элементов;
 - увеличение капитализации компании



НАЦЕНКА ЗА БРЕНД



цена бренда [3] наценка за бренд



40%
данные 2017



1,4%
данные 2022



38%
данные 2023







Различия экономической и политической систем

Различия потребительских моделей, ценностей и мнений
(также языка и культуры, религии, традиций)

Различия конкурентной среды, уровня технического развития;
различное восприятие функций товара в разных странах



ЭКОНОМИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ

- | | |
|---------------------------|-----------------------------------|
| ТРАДИЦИОННАЯ | ● Афганистан, Бурунди, Бангладеш |
| КОМАНДНО-АДМИНИСТРАТИВНАЯ | ● КНДР, Куба, Вьетнам |
| РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА | ● США, Страны вост. и зап. Европы |
| СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА | ● Россия, Китай, Франция, Япония |

ПОЛИТИЧЕСКИЕ СИСТЕМЫ и ФОРМЫ ПРАВЛЕНИЯ



Кувейт	Андорра	Испания	Норвегия	Тувалу
Лихтенштейн	Антигуа и Барбуда	Камбоджа	Папуа — Новая Гвинея	Швеция
Монако	Багамские Острова	Канада	Сент-Винсент и Гренадины	Ямайка
Иордания	Белиз	Лесото	Сент-Китс и Невис	Япония
Марокко	Бельгия	Люксембург	Сент-Люсия	
Эсватини	Великобритания	Малайзия	Соломоновы Острова	
Бутан	Гренада	Нидерланды	Таиланд	
Австралия	Дания	Новая Зеландия	Тонга	



БЕЗОПАСНОСТЬ —
КОНФОРМНОСТЬ-ТРАДИЦИЯ —
САМОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ —
РИСК-НОВИЗНА —
ГЕДОНИЗМ —
САМОУТВЕРЖДЕНИЕ —
ЗАБОТА О ЛЮДЯХ И ПРИРОДЕ —

**ПРИВЯЗКА
К ВОЗРАСТУ**

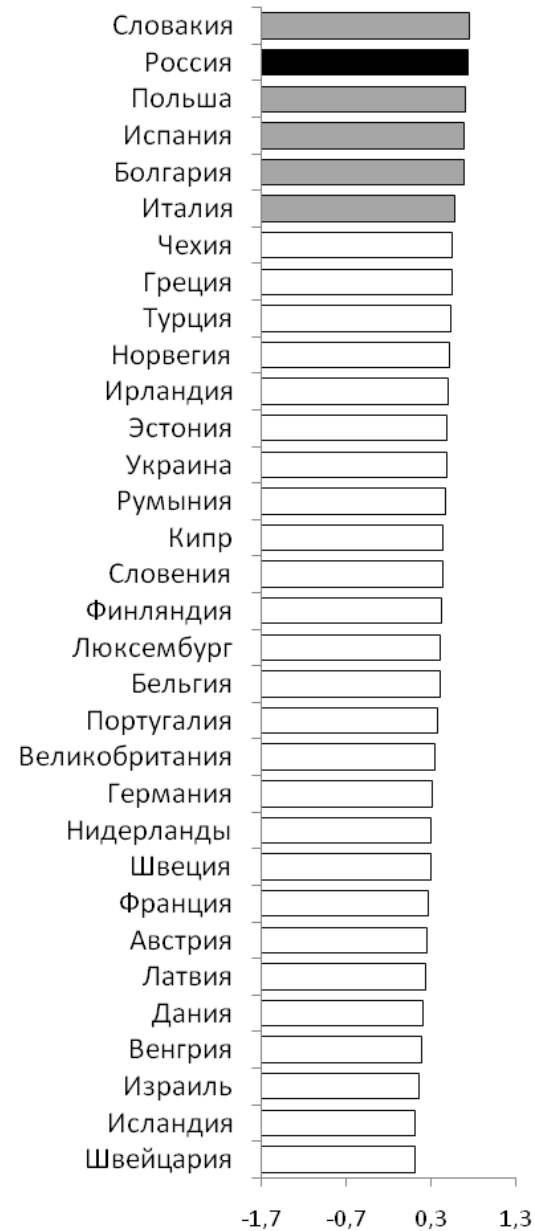
Международные сравнения базовых ценностей



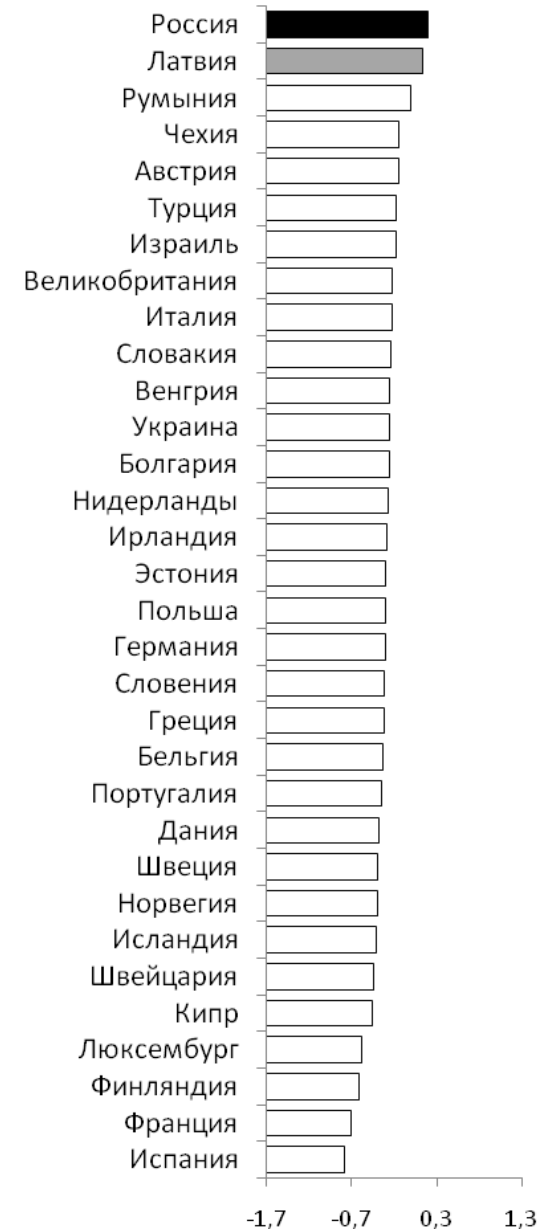
**Конформность-Традиция
(молодежь, 15-23 года)**



**Конформность-Традиция
(пожилые, 62 года и старше)**



**Самоутверждение
(молодежь, 15-23 года)**



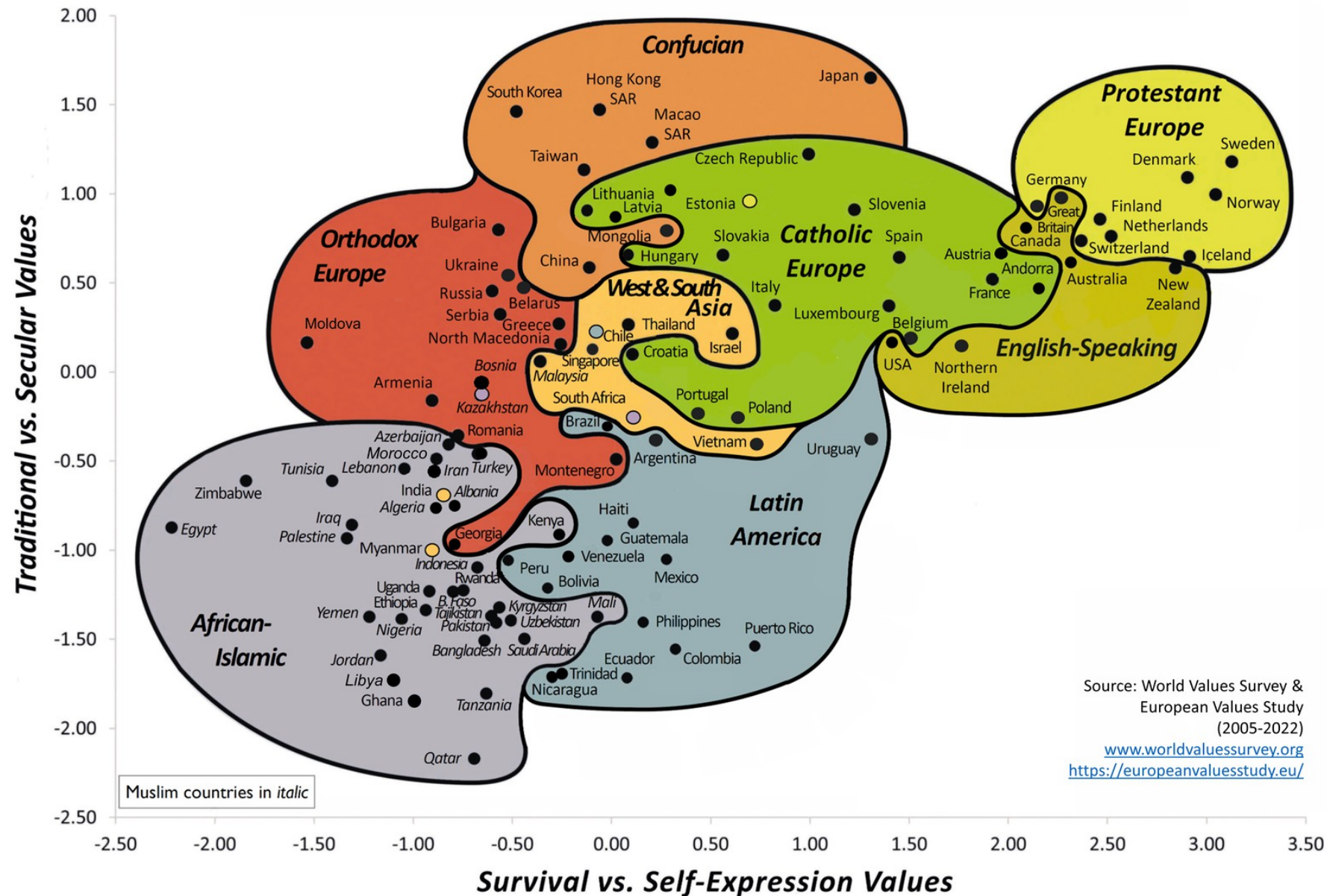
**Самоутверждение
(пожилые, 62 года и старше)**



Карта культурных ценностей Рональда Инглхарта



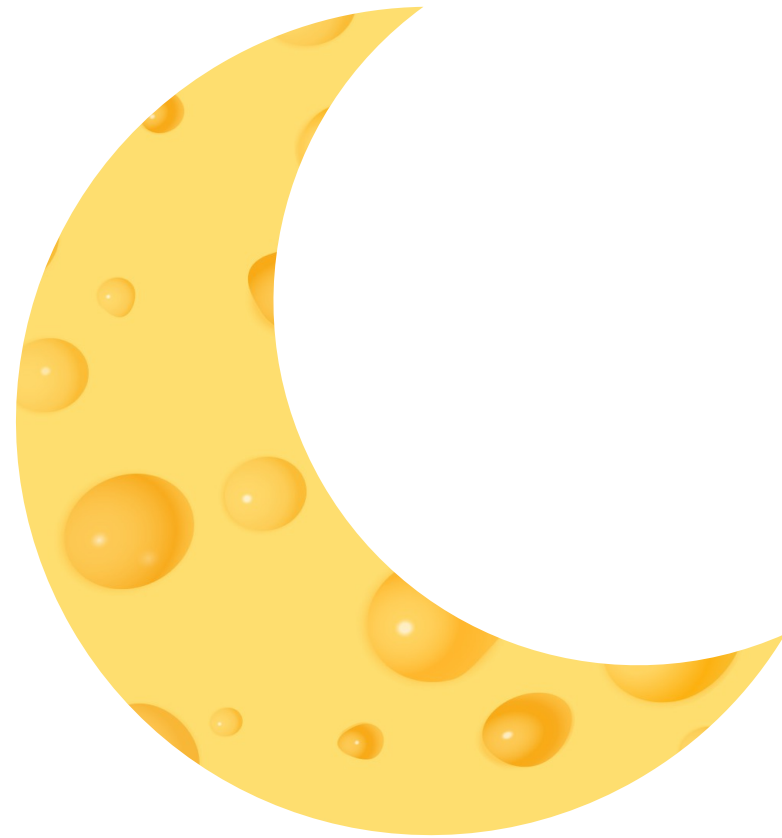
The Inglehart-Welzel World Cultural Map 2023



На горизонтальной оси обозначены ценности выживания (слева) и ценности самовыражения (справа). К ценностям выживания относятся материальные блага, безопасность, покорность, низкая оценка прав человека, ксенофобия. К ценностям самовыражения — высокая оценка прав человека, стремление к успеху и материальным благам, внимание к экономии и равноправию мужчин и женщин.

На вертикальной оси обозначены традиционные ценности (в нижней части карты) vs секулярно-рациональные ценности (в верхней части). К традиционным ценностям относятся семья, религия, социальный конформизм, принятие власти, общественное более значимо, чем личное. К секулярно-политическим — низкая роль религии, предпочтение светского государства, личное более значимо, чем общественное.

2023
www.worldvaluessurvey.org



MOONCHEESE

bedtime snack



Mac & Cheesus - 12oz package (\$10 each).

\$ 20.00 USD ~~\$ 22.00 USD~~

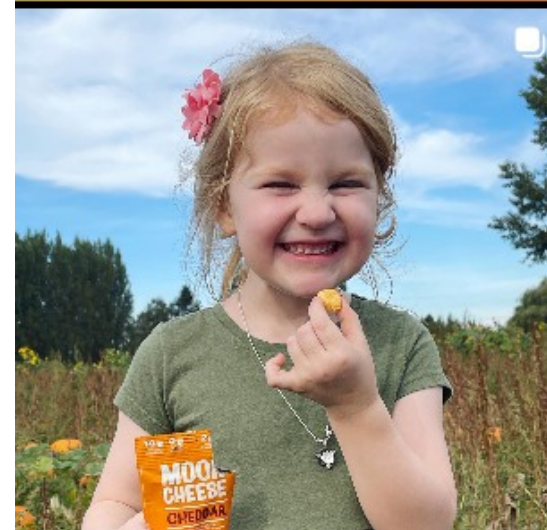
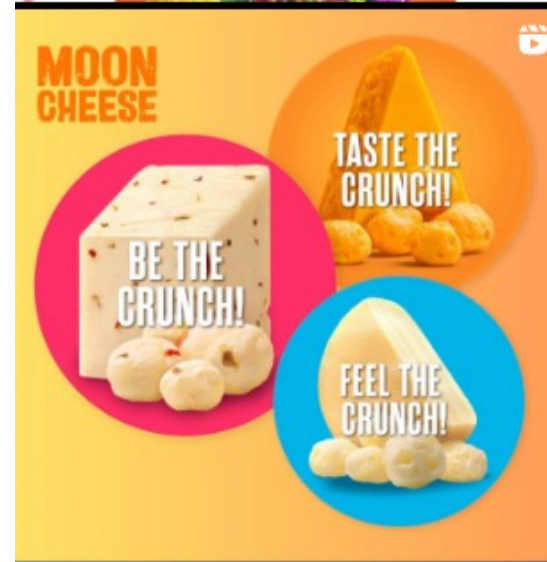
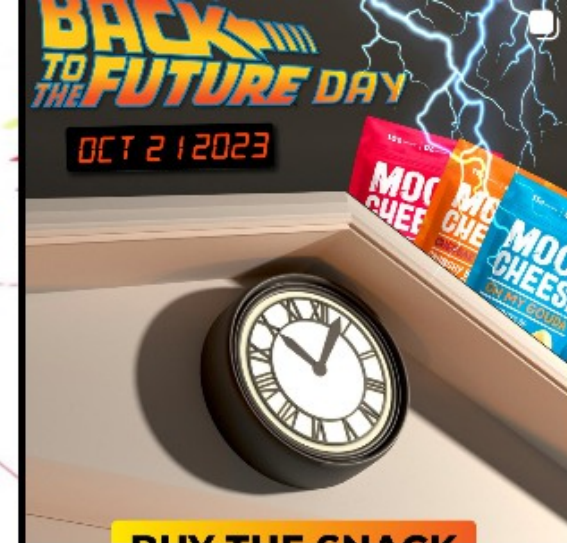
Quantity 1

Quantity

Add to Cart - \$ 20.00 USD ~~\$ 22.00 USD~~

Buy with

[More payment options](#)





- Китайский Новый год (Праздник весны)

- 21 января - 20 февраля

- Рамадан

- 11 марта - 9 апреля (в 2024)

Учесть в стратегических документах, контент планах и проч., заблаговременно подготовиться.



- перевод - адаптация - транслитерация
- типографика
- аудит символьной части
- цветовые решения
- дизайн POS, web, SMM
- регистрация ТМ в целевой стране



№17 0,5 л

Заповедник Здоровья

№17

ВОДА ЛЕЧЕБНАЯ
МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ПИТЬЕВАЯ ВОДА

СЕНТУК

МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ПИТЬЕВАЯ ВОДА
ЛЕЧЕБНАЯ ГАЗИРОВАННАЯ

№17 ГОСТ Р 54

ОКЕЙ



ЕССЕНТУКИ
ГОРОД КУРОРТ

вода минеральная природная питьевая
леЧебная газированная

Старый Источник №17

ГОСТ
Р 54316-2017

КАВКАЗСКИЕ МИНЕРАЛЬНЫЕ ВОДЫ



КОМПАНИЯ ВИММ-БИЛ
РАДИАНТО В ЕССЕНТУКИ

ЕССЕНТУКИ

ГОСТ Р 54316-2017

ВЫСОКОМИНЕРАЛИЗОВАННАЯ
МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ПИТЬЕВАЯ ВОДА
ЛЕЧЕБНАЯ ГАЗИРОВАННАЯ

ДАЛЛЕЯ ИСТОЧНИКОВ
КУРОРТ У ВАС ДОМА



ТИП ЕССЕНТУКСКИЙ
№17

ВОДА МИНЕРАЛЬНАЯ ПРИРОДНАЯ ПИТЬЕВАЯ
ЛЕЧЕБНАЯ ГАЗИРОВАННАЯ



100% natural sparkling water

product of **Kamchatka**



bottled and carbonated at the source

MALKINSKAYA №1





ソーダ水

100%

マルキ



product of Kamchatka
100% natural sparkling water





КУТХ • МЕДВЕДЬ • ВУЛКАН • РЫБА



- ◆ социальные сети
- ◆ специализированные площадки, маркетплейсы
- ◆ инфлюенсеры
- ◆ международные бизнес-миссии
- ◆ выставки, форумы
- ◆ СМИ



Географическое указание (ГУ) — обозначение, идентифицирующее происходящий с территории географического объекта товар, определенное качество, репутация или другие характеристики которого в значительной степени связаны с его географическим происхождением (характеристики товара). На территории данного географического объекта должна осуществляться хотя бы одна из стадий производства товара, оказывающая существенное влияние на формирование характеристик товара.

(ст. 1516 ГК РФ)

Наименование места происхождения товара (НМПТ) — обозначение, представляющее собой современное или историческое, официальное или неофициальное, полное или сокращенное наименование страны, городского или сельского поселения, местности или другого географического объекта, включающее такое наименование или производное от такого наименования и ставшее известным в результате его использования в отношении товара, особые свойства которого исключительно определяются характерными для данного географического объекта природными условиями и (или) людскими факторами. На территории данного географического объекта должны осуществляться все стадии производства товара, оказывающие существенное влияние на формирование особых свойств товара.

(ст. 1516 ГК РФ)



Камчатский край

№176 Камчатская нерка

№186 Кулон камчатский

№218 Сельдь Олюторская

- **Защита производителей и покупателей**
- **«Визитная карточка» территорий**

■ На текущий момент ни один «региональный бренд» не получил международную регистрацию

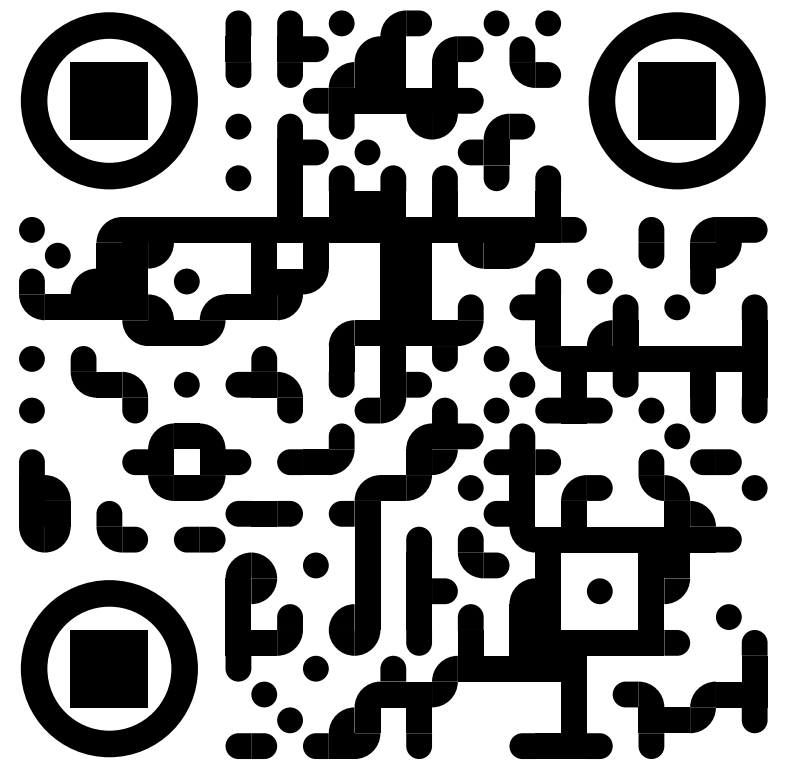
■ В 2024 году ожидается регистрация бренда производителей гжельского фарфора



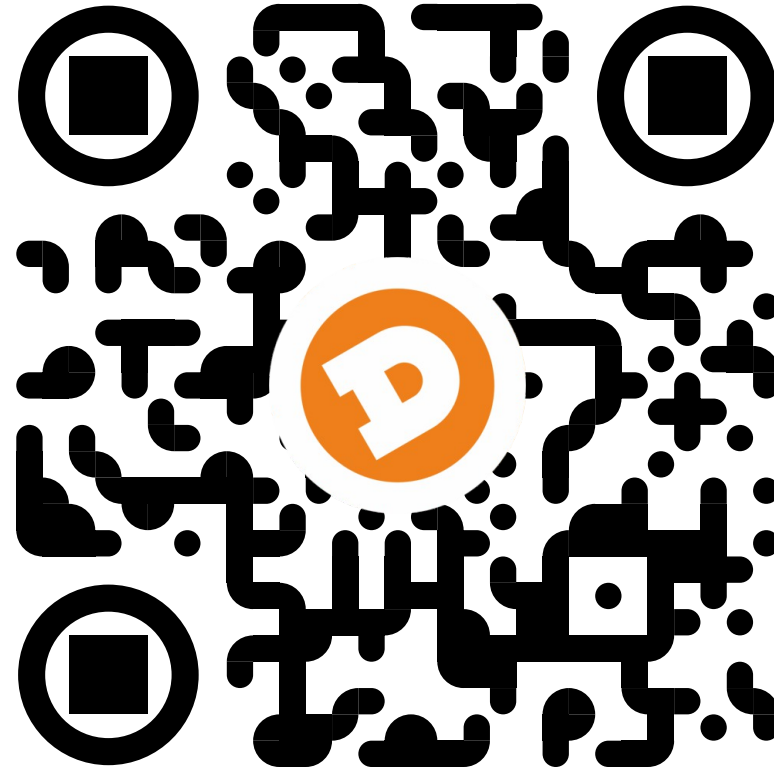
САМИ СОЗДАЁТЕ ЛИЦО
СВОЕМУ БИЗНЕСУ?..

ДОВЕРЬТЕСЬ ПРОФЕССИОНАЛАМ!





ПРЕЗЕНТАЦИЯ



☎ 40-29-29

✉ info@daportal.ru

🌐 <https://daportal.ru>