

абкр

УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ ЗООТОВАРОВ В СЕТЯХ 2023: ЭФФЕКТИВНЫЕ СТРАТЕГИИ И ИНСТРУМЕНТЫ

Спикер: ЕЛЕНА ЮФЕРЕВА
СЕО BRANDSON (TSN)

brandson
branding agency

total
skills
network

ЕЛЕНА ЮФЕРЕВА
CEO BRANDSON (TSN)

ЧЛЕН АБКР

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ
ВШБ

ЧЛЕН ВТП ГЕРМАНИИ





Elena
Yufereva
CEO
UAE



Pavel
Koval
Head of
marketing
Russia



Jorg
van den Hoven
CEO
China



Bob
van der Lee
CEO
Netherlands

150

специалистов в
Европе
и в России

7

стран
от Нидерландов
до Китая

12

городов
от Амстердама
до Сеула

Более

100

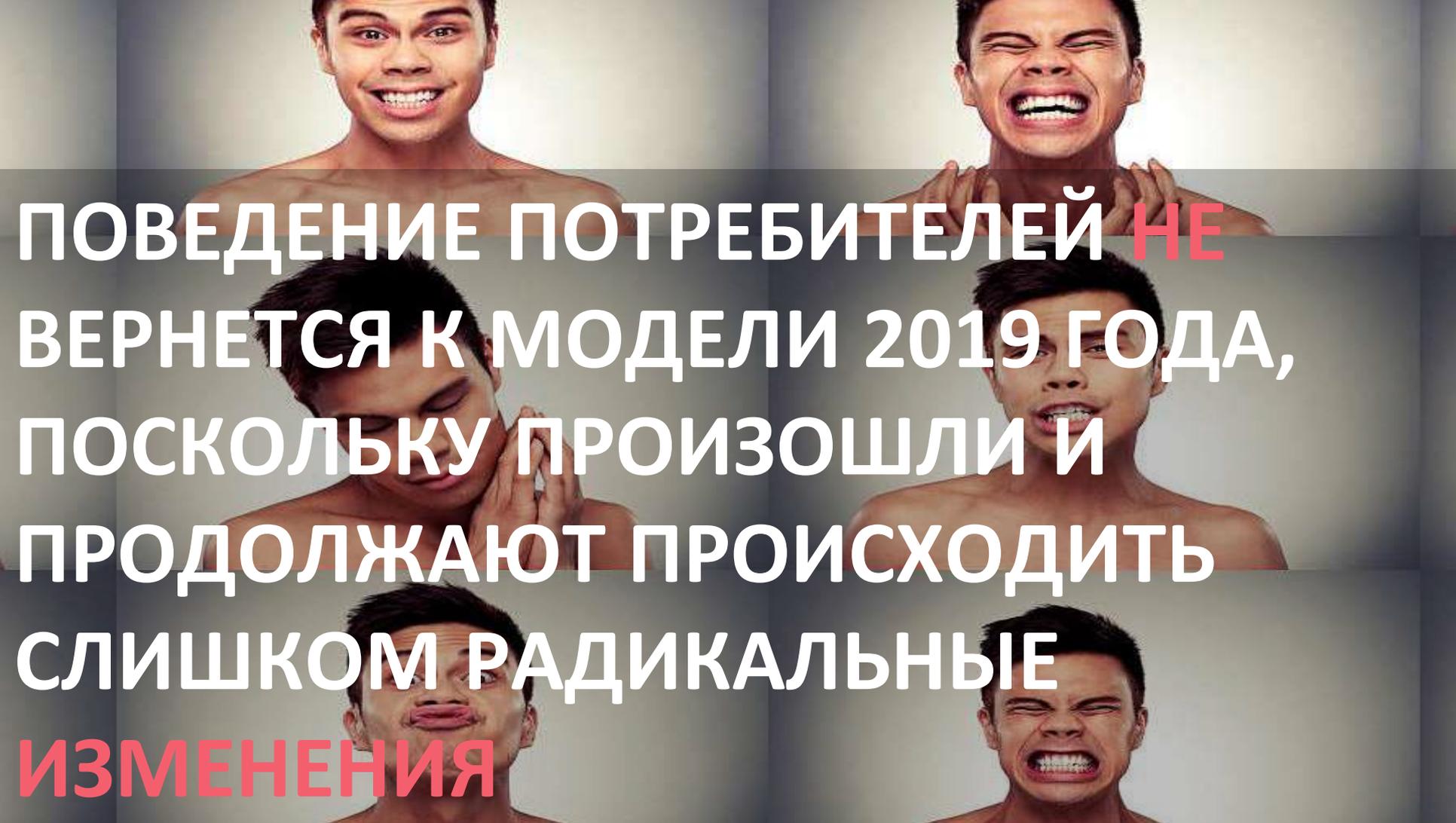
наград
российских
и международных
конкурсов

ВЕДУЩЕЕ БРЕНДИНГОВОЕ АГЕНТСТВО В
РОССИИ
С МЕЖДУНАРОДНОЙ ЭКСПЕРТИЗОЙ

ЧЛЕНЫ АССОЦИАЦИИ БРЕНДИНГОВЫХ
КОМПАНИЙ РОССИИ



МИР ПОМЕНЯЛСЯ. ЭТО НАДО
ПРИНЯТЬ И РЕАГИРОВАТЬ
БЫСТРО



ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ **НЕ**
ВЕРНЕТСЯ К МОДЕЛИ 2019 ГОДА,
ПОСКОЛЬКУ ПРОИЗОШЛИ И
ПРОДОЛЖАЮТ ПРОИСХОДИТЬ
СЛИШКОМ РАДИКАЛЬНЫЕ
ИЗМЕНЕНИЯ

ЧТО ПРОИСХОДИТ?

- ПОТРЕБИТЕЛИ СТАНОВЯТСЯ БОЛЕЕ ТРЕБОВАТЕЛЬНЫ: К КАЧЕСТВУ ПРИОБРЕТАЕМОЙ ПРОДУКЦИИ К ПОВЕДЕНИЮ КОМПАНИИ-ПРОИЗВОДИТЕЛЯ.
- 51% ВЛАДЕЛЬЦЕВ ГОТОВЫ БОЛЬШЕ ПЛАТИТЬ ЗА ЗООТОВАРЫ, СООТВЕТСТВУЮЩИЕ ИХ ПРЕДСТАВЛЕНИЮ ОБ ЭТИЧНОМ И ЭКОЛОГИЧЕСКИ БЕЗОПАСНОМ ПРОИЗВОДСТВЕ.
- ПОКУПАТЕЛЕЙ ВОЛНУЕТ ЭТИЧНОСТЬ ФИРМ, ИХ ОТНОШЕНИЕ К ПРИРОДЕ, ИХ УСИЛИЯ ПО СОХРАНЕНИЮ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ.

ТРЕНДЫ

brandson
branding agency

total
skills
network

**70% РОССИЯН
ДЕРЖАТ У СЕБЯ
ДОМАШНИХ
ЖИВОТНЫХ**



**РОССЕЛЬХОЗНАДЗОР
ВВЕЛ ЗАПРЕТ
ИМПОРТА КОРМОВ
ИЗ 11 СТРАН**



**СНИЖЕНИЕ ПРОДАЖ
ТОВАРОВ ДЛЯ
ДОМАШНИХ
ЖИВОТНЫХ В РОССИИ
В 2023 ГОДУ**



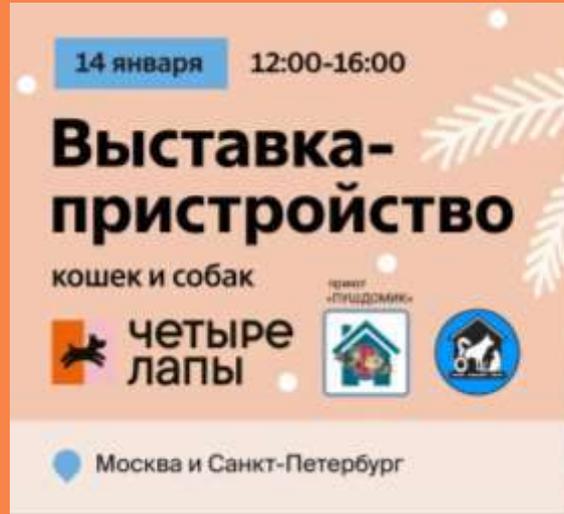
Зообизнес давно превратился в нечто намного большее, чем просто способ заработать

- ЗА ЯНВАРЬ - ФЕВРАЛЬ 2023 ГОДА ПРОДАЖИ КОРМОВ ДЛЯ СОБАК В НАТУРАЛЬНОМ ВЫРАЖЕНИИ В РОЗНИЧНЫХ СЕТЯХ СОКРАТИЛИСЬ ПОЧТИ НА 8% ГОД К ГОДУ, ЕДЫ ДЛЯ КОШЕК И СОБАК - НА 11,7%.
- ПО ДАННЫМ ОТРАСЛЕВОГО ПОРТАЛА "ЗООИНФОРМ", ПО ИТОГАМ 2022 ГОДА ОБОРОТ РЫНКА ТОВАРОВ ДЛЯ ДОМАШНИХ ЖИВОТНЫХ ВЫРОС НА 25%, ДО 330 МИЛЛИАРДОВ РУБЛЕЙ ГОД К ГОДУ.

НА РЫНКЕ ПОЯВЛЯЮТСЯ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ БРЕНДЫ, НО УСПЕШНЫ ЛИ ОНИ?



- РОССИЙСКИЙ БРЕНД ZILLIE ПРИНЯЛ УЧАСТИЕ В ПОСАДКЕ ЦЕЛОЙ СОСНОВОЙ РОЩИ
- СЕТЬ ЗООМАГАЗИНОВ «БЕТХОВЕН» ВО ВРЕМЕНА ПАНДЕМИИ ОРГАНИЗОВАЛА ВЫГУЛ ДОМАШНИХ ПИТОМЦЕВ



«ЧЕТЫРЕ ЛАПЫ» НЕСКОЛЬКО РАЗ В ГОД ПРИНИМАЕТ УЧАСТИЕ В МАСШТАБНЫХ
ВЫСТАВКАХ-ПРИСТРОЙСТВАХ ЖИВОТНЫХ ИЗ ПРИУТОВ

ПРОСТЫЕ ЦИФРЫ

1 **90% ПРОЕКТОВ** ПО ЗАПУСКУ НОВЫХ ПРОДУКТОВ ЗАКАНЧИВАЮТСЯ НЕУДАЧЕЙ

2 **1/10** ТОЛЬКО ОДИН ИЗ 10 ПРОДУКТОВ ПРИНОСИТ НАСТОЯЩИЙ УСПЕХ КОМПАНИИ

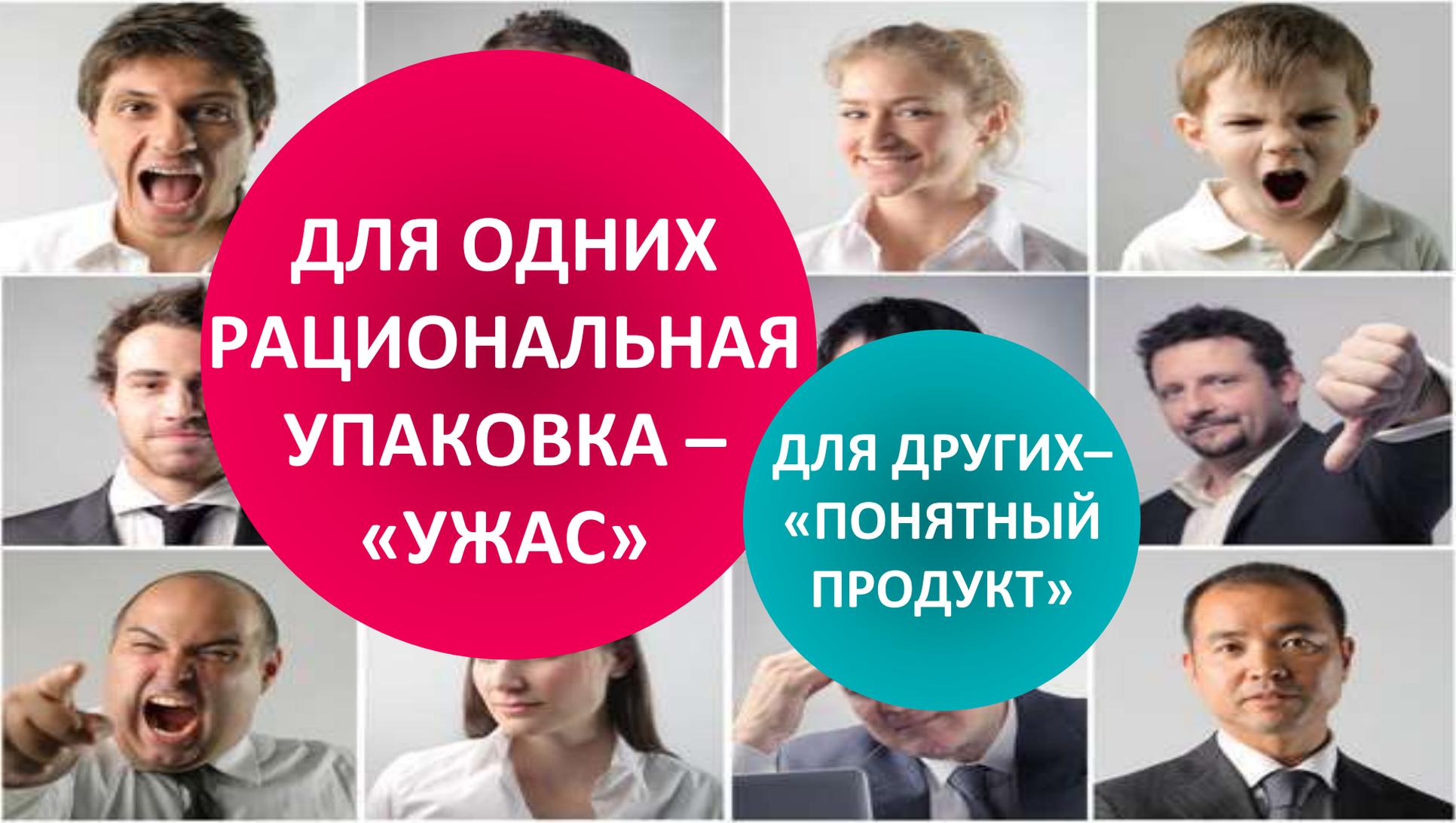
3 **20% ВЫРУЧКИ** ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ТРАТИТ НА ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ

4 **67% РЕШЕНИЙ** О ПОКУПКЕ ПРИНИМАЮТСЯ В МАГАЗИНЕ

5 **ДО 30% БЮДЖЕТА** НА РЕКЛАМУ РАСХОДУЕТСЯ НЕ ЭФФЕКТИВНО

A fluffy golden retriever puppy is lying on a bed, wearing white headphones. The puppy's eyes are closed, and it appears to be resting or sleeping. A smartphone is connected to the headphones and lies on the bed to the left. The background consists of a light-colored, wrinkled bedsheet and a striped pillow. A large, semi-transparent red circle is overlaid on the center of the image, containing the text.

**САМЫЕ
ДОРОГИЕ
30 СЕКУНД
КОНТАКТА**



**ДЛЯ ОДНИХ
РАЦИОНАЛЬНАЯ
УПАКОВКА –
«УЖАС»**

**ДЛЯ ДРУГИХ –
«ПОНЯТНЫЙ
ПРОДУКТ»**

РАСПРОСТРАНЕННЫЕ ОШИБКИ РАБОТЫ С БРЕНДОМ

- СТАВКА ТОЛЬКО НА ФУНКЦИОНАЛ
- ОТСУТСТВИЕ СИСТЕМНОСТИ
- НЕТ ВНЯТНОЙ СТРАТЕГИИ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

КАК

ПЛАНИРОВАТЬ

СТРАТЕГИЮ

БРЕНДА?

ДЛЯ РАЗРАБОТКИ БРЕНДА НУЖНО:

- 1** **ФОКУСИРОВКА.** УЧЕСТЬ БИЗНЕС-СТРАТЕГИЮ, ЛОКАЦИЮ ОБЪЕКТА, ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ, НАПОЛНЕНИЕ, СФОРМУЛИРОВАТЬ ВОЗМОЖНОСТИ И ПРОБЛЕМЫ
- 2** **БЕНЧМАРКИНГ.** АНАЛИЗ ПРОЕКТА НА ПРЕДМЕТ СООТВЕТСТВИЯ ТРЕНДАМ. БЕНЧМАРК-АНАЛИЗ. КОРРЕКТИРОВКА
- 3** **ПРОФАЙЛИНГ.** ПСИХОГРАФИЧЕСКАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ ЗНАЧИМЫХ ГРУПП ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ
- 4** **БАРЬЕРЫ И ДРАЙВЕРЫ.** ВЫЯВЛЕНИЕ ДРАЙВЕРОВ, БАРЬЕРОВ И МОТИВОВ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ
- 5** **КАРТИРОВАНИЕ.** ПОСТРОЕНИЕ КАРТЫ ВОЗРАЖЕНИЙ. АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ В РАМКАХ SPIN-ЦИКЛА
- 6** **МАТРИЦА ГИПОТЕЗ.** ГЕНЕРАЦИЯ ИДЕЙ И ГИПОТЕЗ. ФОРМИРОВАНИЕ НЕСКОЛЬКИХ ПРОТОТИПОВ РЕШЕНИЯ, МУДБОРДИНГ
- 7** **БРЕНД-КОМПАС.** ФОРМИРОВАНИЕ СТРУКТУРЫ БРЕНДА, ЕГО СИНТАКСИСА И СЕМАНТИКИ

КРЕАТИВ – ЭТО ГОТОВНОСТЬ СОЗДАВАТЬ
НОВОЕ, ОТКЛОНЯТЬСЯ ОТ
ТРАДИЦИОННЫХ СХЕМ И РЕШАТЬ В
СТАТИЧНЫХ СИСТЕМАХ НЕИЗВЕСТНОЕ.



СУЩЕСТВУЮТ ТЕХНОЛОГИИ КРЕАТИВА

1 BRAINSTORM

3 СИНЕКТИКА (УИЛЬЯМ
ГОРДОН)

2 ТРИЗ (ИКР):
ПОЛЕЗНО - ВРЕДНО



СУТЬ СИНЕКТИКИ — В ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОМ ПРОВЕДЕНИИ ЧЕТЫРЕХ ТИПОВ АНАЛОГИЙ

1 ПРЯМАЯ

2 ФАНТАСТИЧЕСКАЯ

3 ЛИЧНАЯ

4 СИМВОЛИЧЕСКАЯ



СУТЬ СИНЕКТИКИ — В ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОМ ПРОВЕДЕНИИ ЧЕТЫРЕХ ТИПОВ АНАЛОГИЙ

1 ПРЯМАЯ АНАЛОГИЯ

К ОБЪЕКТУ КРЕАТИВА ВЫБИРАЕТСЯ СЛОВО, НИКАК С НИМ
НЕ СВЯЗАННОЕ. ПОСЛЕ ВЫБОРА ПРОВОДИТСЯ
СОПОСТАВЛЕНИЕ ДВУХ ОБЪЕКТОВ НА ПРЕДМЕТ
ВЫЯВЛЕНИЯ У НИХ ОБЩИХ ИЛИ РАЗЛИЧНЫХ ЧЕРТ



СУТЬ СИНЕКТИКИ — В ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОМ ПРОВЕДЕНИИ ЧЕТЫРЕХ ТИПОВ АНАЛОГИЙ

2 ФАНТАСТИЧЕСКАЯ АНАЛОГИЯ

КЛЮЧЕВАЯ ЗАДАЧА – ПРИДУМАТЬ ВЕЩИ ИЛИ ПРОЦЕССЫ,
САМОСТОЯТЕЛЬНО ВОСПРОИЗВОДЯЩИЕ ТЕ ДЕЙСТВИЯ,
КОТОРЫЕ ДОЛЖЕН ОСУЩЕСТВЛЯТЬ ОБЪЕКТ КРЕАТИВА .



СУТЬ СИНЕКТИКИ — В ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОМ ПРОВЕДЕНИИ ЧЕТЫРЕХ ТИПОВ АНАЛОГИЙ

3 ЛИЧНАЯ АНАЛОГИЯ

КЛЮЧЕВАЯ ЗАДАЧА – ПЕРЕНОСИТЬ НА СЕБЯ ТИПИЧНЫЕ
ДЛЯ ОБЪЕКТА ВОЗДЕЙСТВИЯ ИЛИ ХАРАКТЕРИСТИКИ И
СООБЩАТЬ О СВОИХ ВПЕЧАТЛЕНИЯХ.



СУТЬ СИНЕКТИКИ — В ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОМ ПРОВЕДЕНИИ ЧЕТЫРЕХ ТИПОВ АНАЛОГИЙ

4 СИМВОЛИЧЕСКАЯ АНАЛОГИЯ

НЕОБХОДИМО МЕТАФОРИЧЕСКИ ВЫРАЗИТЬ СУТЬ
РАССМАТРИВАЕМОГО ОБЪЕКТА В ДВУХ СЛОВАХ.



РАЗРАБОТКА БРЕНДА ФИНСКОЙ КОМПАНИИ

CHARLIE CARE, ФИНЛЯНДИЯ





ФИНСКАЯ КОМПАНИЯ CHARLIE CARE – это коллектив учёных из университета Турку, которые объединились для того, чтобы создать самые лучшие средства для реабилитации собак всех пород.

Для их создания применяются современные технологии и материалы, а постоянный процесс R&D позволяет непрерывно улучшать выпускаемые продукты.



ЦЕЛИ

Получить субсидию государства на продвижение проекта.

ЗАДАЧИ

Разработать бренд компании и его продуктов – премиального реабилитационного воротника, который обеспечивает комфорт и безопасность животного в самый уязвимый период.

ВЫПОЛНЕННЫЕ РАБОТЫ

Бренд-аудит, позиционирование компании и ее продуктов, фирменный стиль бренда, дизайн упаковки.



Charlie
COLLAR

The first
in empathic
veterinary
goods

СУЩЕСТВУЮЩИЙ РАНЕЕ ВОРОТНИК – ПЛАСТИКОВЫЙ
КОНУС – ЭТО НЕ УДОБНО, ТРАВМООПАСНО, НЕ
КОМФОРТНО И, ГЛАВНОЕ, – НЕ КРАСИВО!

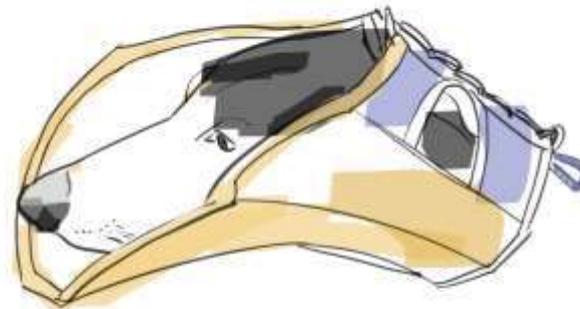


РЕШЕНИЕ

МЯГКИЙ ВОРОТНИК – МОДНЫЙ И УДОБНЫЙ АКСЕССУАР, ПОДЧЕРКИВАЮЩИЙ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ ПИТОМЦА



Воротник становится не просто средством лечения, но и модным аксессуаром



Эргономичный дизайн обеспечивает физический комфорт



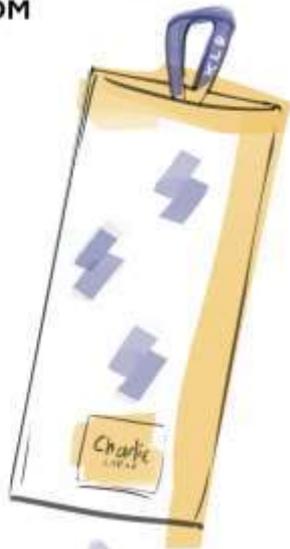
Широкий выбор размеров и расцветок

Мягкий форм-фактор

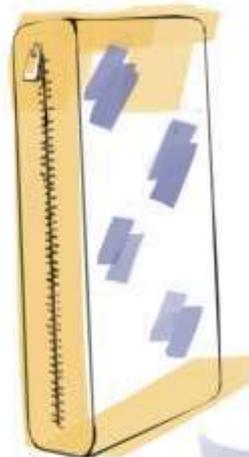
РЕШЕНИЕ

ЭКОЛОГИЧНАЯ УПАКОВКА ИЗ ПЕРЕРАБОТАННЫХ МАТЕРИАЛОВ – МОДНЫЙ АКСЕССУАР, ПОДЧЕРКИВАЮЩИЙ ИНДИВИДУАЛЬНОСТЬ ВЛАДЕЛЬЦА

Шлейка(вешалка)
с вышитым размером



Молния



Нашивка
с логотипом

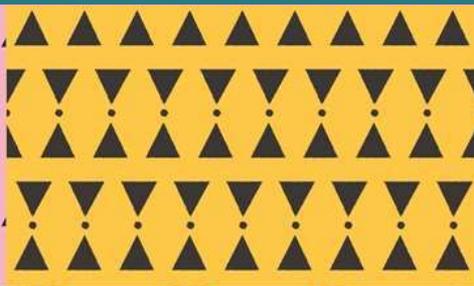


Инструкция
во вложении

Экологичная
упаковка



**ФИНСКАЯ ПРИРОДА САМА
ПОДСКАЗАЛА БРЕНД-КОД ПРОЕКТА –
УЗНАВАЕМЫЕ ПАТТЕРНЫ, А БРЕНД
ПЕРСОНАЖЕМ СТАЛ БУЛЬТЕРЬЕР
CHARLIE – ЛЮБИМЕЦ ХОЗЯЕВ**







Charlie

COLLAR



Charlie
COLLAR

World's first
empathic
veterinary
goods from
Finland





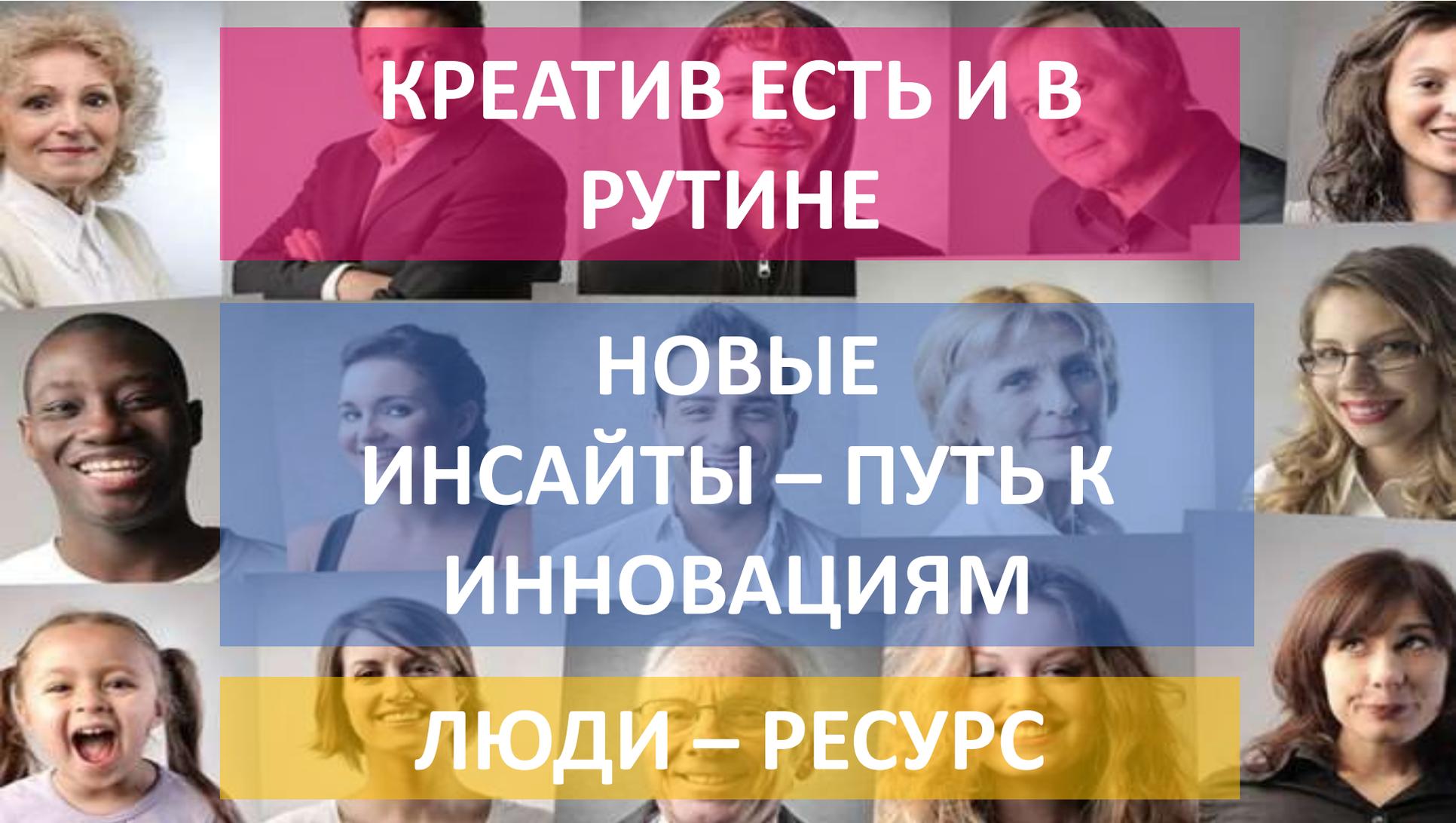




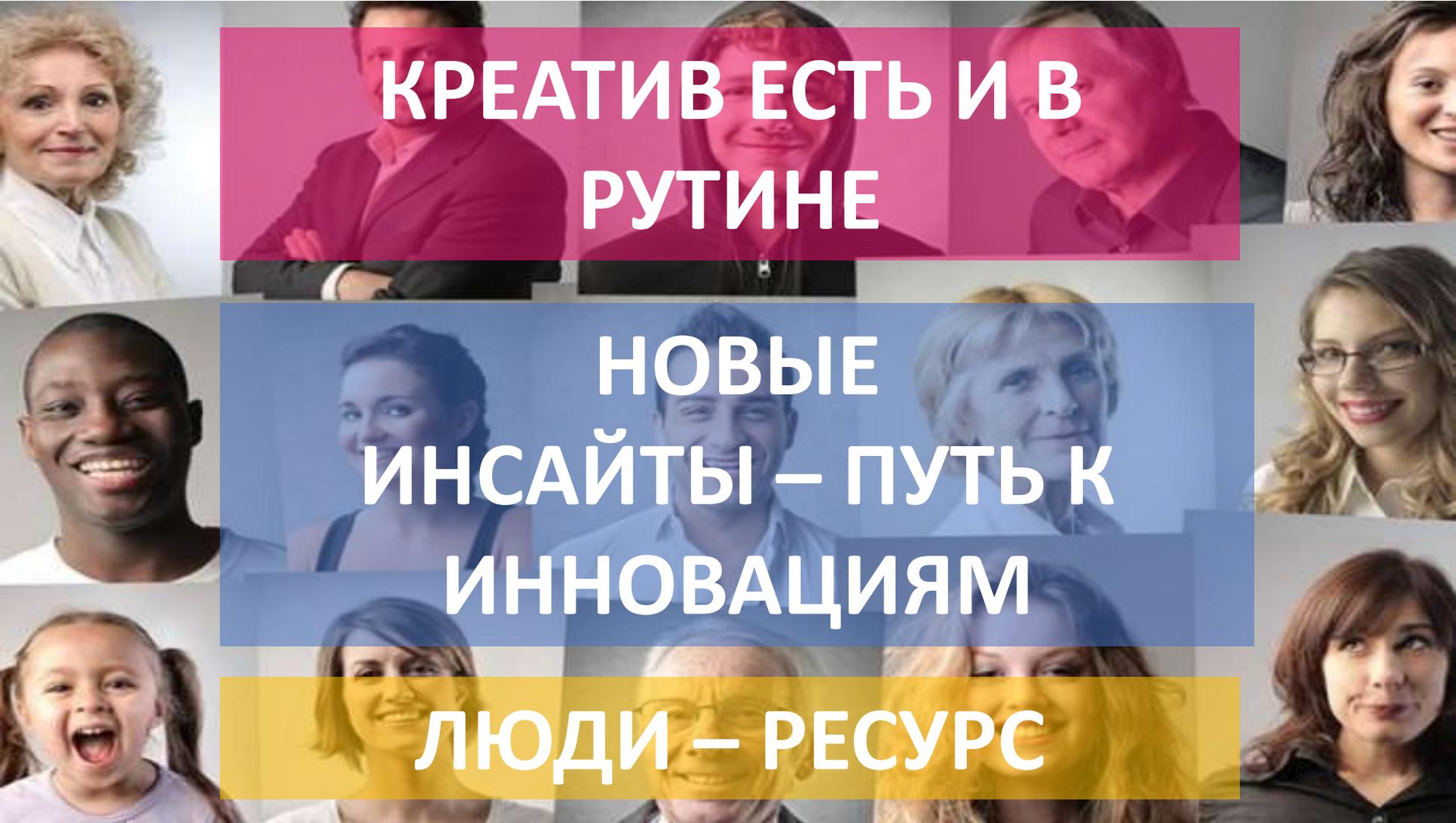
**WORLD`S FIRST EMPATHIC VETERENARY
GOODS FROM FINLAND**

charlie.com

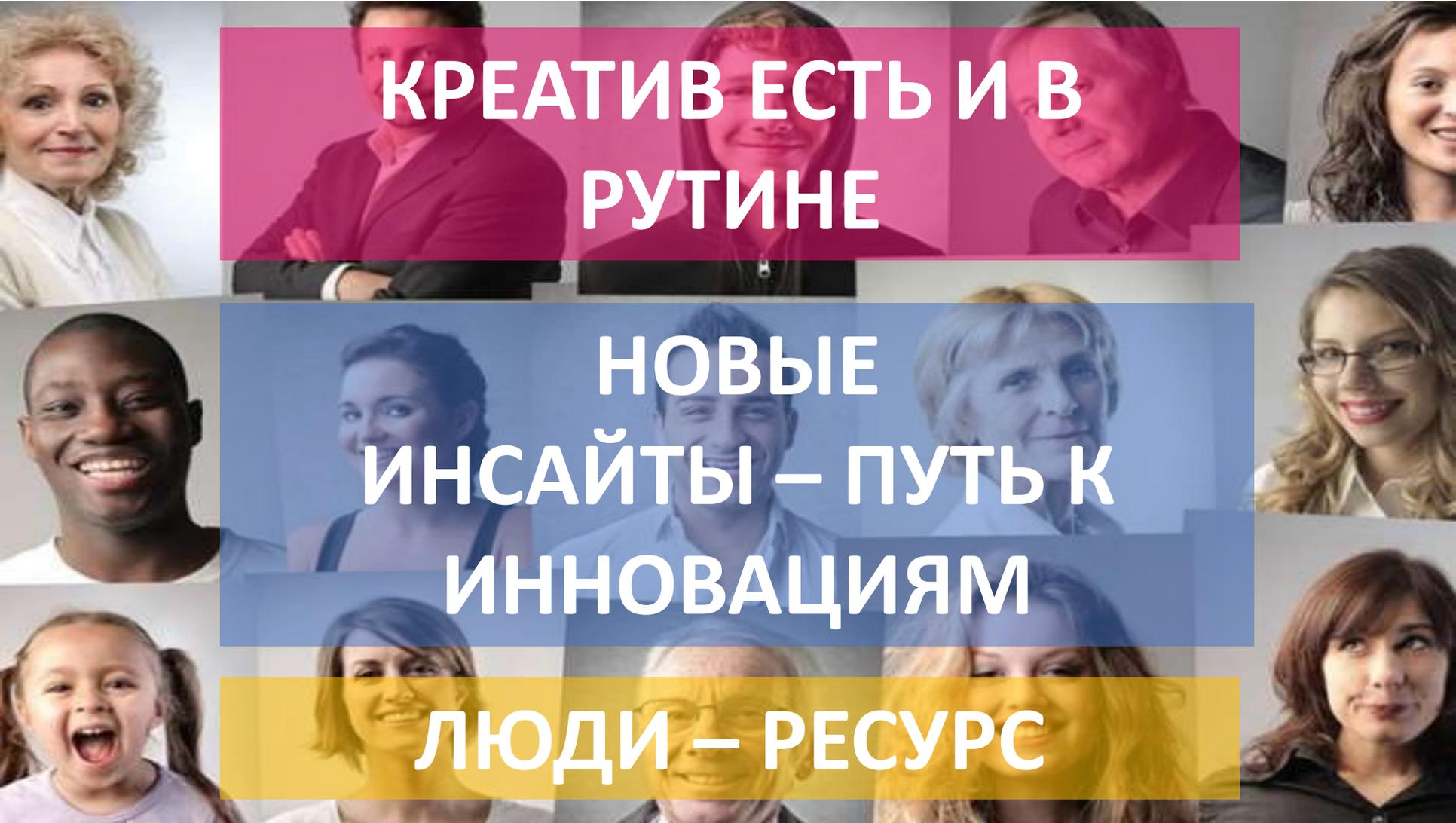




**КРЕАТИВ ЕСТЬ И В
РУТИНЕ**



**НОВЫЕ
ИНСАЙТЫ – ПУТЬ К
ИННОВАЦИЯМ**



ЛЮДИ – РЕСУРС



НАДЕЮСЬ, ВАМ ПОНРАВИЛОСЬ

ОСТАЛИСЬ ВОПРОСЫ?
ПОДПИСЫВАЙТЕСЬ!

ЧЕК-ЛИСТ -- В ПОДАРОК!



ТГ [brandsonagency](https://www.instagram.com/brandsonagency)

СПИКЕР – ЕЛЕНА ЮФЕРЕВА
CEO BRANDSON

brandson
branding agency

total
skills
network