ПРОЕКТ ПРАВОСЛАВНОЙ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ «ГЛАГОЛЬ ДОБРО»

ГРУППА 04

Сизова Яна
Соколкин Юрий
Клюева Надежда
Константинов Андрей
Куликов Владимир
Козырь Григорий

ВЫСШАЯ ШКОЛА БРЕНДИНГА

B&D ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА

Ассоциация брендинговых компаний России

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА:

СОЗДАНИЕ БРЕНДА ПРАВОСЛАВНОЙ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ «ГЛАГОЛЬ ДОБРО»

ЗАДАЧИ ПРОЕКТА

РАЗРАБОТКА БРЕНД-КОМПЛЕКСА



— исследования: рынок, потребители, конкуренты
— создание ассортиментной матрицы
— поиск позиционирования
— разработка платформы бренда
— разработка визуальной и вербальной идентификации
— развитие комплекса в коммуникациях

ПРОДУКТ

ПРОДУКТ



православная сувенирная продукция



собственная дизайнерская мастерская



контрактное производство



РЫНОК СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



КОНКУРЕНТНЫЙ РЫНОК

ПРЯМЫЕ КОНКУРЕНТЫ



No name

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КОНКУРЕНТЫ



Анастасия



София



Елизавета

ВЫВОДЫ

СУВЕНИРНЫЙ РЫНОК ПЕРЕНАСЫЩЕН БЕЗЛИКИМИ «НАРОДНЫМИ» ТОВАРАМИ ПРАВОСЛАВНОЙ ТЕМАТИКИ, ЧТО ВЕДЕТ К РАЗМЫТИЮ КУЛЬТУРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ

ТРЕНДЫ РЫНКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



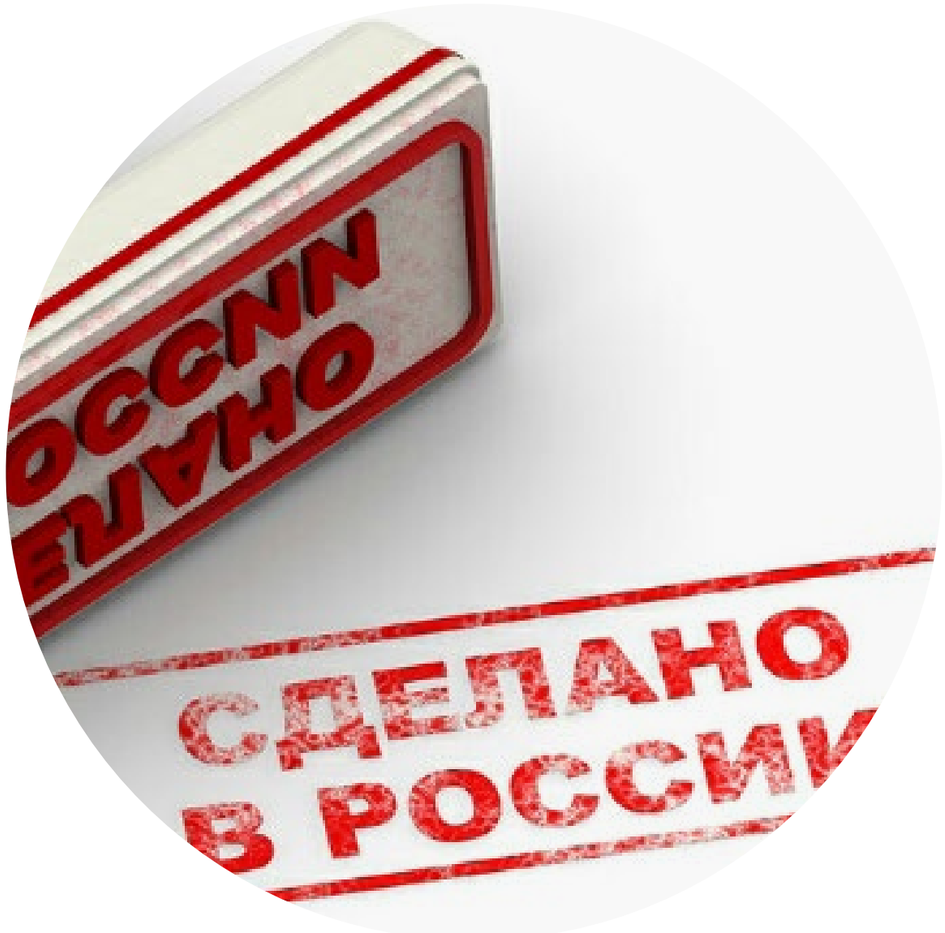
экологичность материалов

ТРЕНДЫ РЫНКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



ручная работа

ТРЕНДЫ РЫНКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



отечественное производство

ТРЕНДЫ РЫНКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



патриотизм

ТРЕНДЫ РЫНКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



ненавязчивая популяризация православия

ТРЕНДЫ РЫНКА СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ



ЭКСКЛЮЗИВНОСТЬ

ПОТРЕБИТЕЛЬ

ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

B2B:

ОПТОВЫЕ ПОСТАВЩИКИ
ЦЕРКОВНЫЕ ЛАВКИ
СУВЕНИРНЫЕ ЛАВКИ ПРИ МОНАСТЫРЯХ
ИНТЕРНЕТ МАГАЗИНЫ
МАСТЕРСКИЕ (ПРОИЗВОДСТВО)

ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ПОТРЕБНОСТИ B2B:



аутентичность

ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ПОТРЕБНОСТИ B2B:



авторский дизайн продукции

ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ПОТРЕБНОСТИ B2B:



понятная ассортиментная
матрица

ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ПОТРЕБНОСТИ B2B:



контроль маржинальности

ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ПОТРЕБНОСТИ B2B:



сервис: поддерживаемый контроль качества продукции, бесперебойная поставка продукции, поддержка и продвижение продаж торговым оборудованием, упаковка товара

ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

ПОТРЕБНОСТИ B2B:



обученные православные продавцы

ГРУППЫ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

B2C:



убежденные верующие



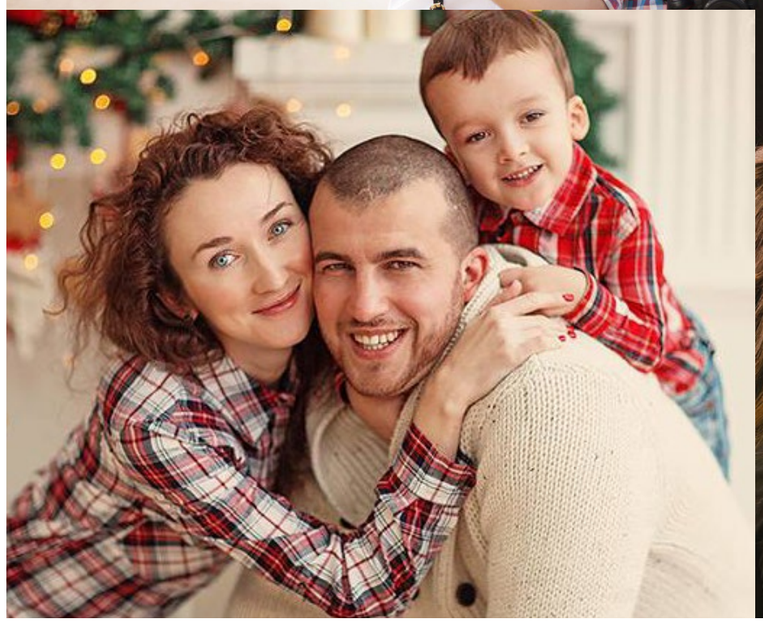
умеренно верующие



колеблющиеся

ЯДРО ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ (27-35 лет)





— Умеренно верующие (ходят в церковь не чаще 3-х раз в год)
— Высшее образование

МОДЕЛИ ПОТРЕБЛЕНИЯ СУВЕНИРНОЙ ПРОДУКЦИИ











ЦЕННОСТИ



семья



активный образ жизни

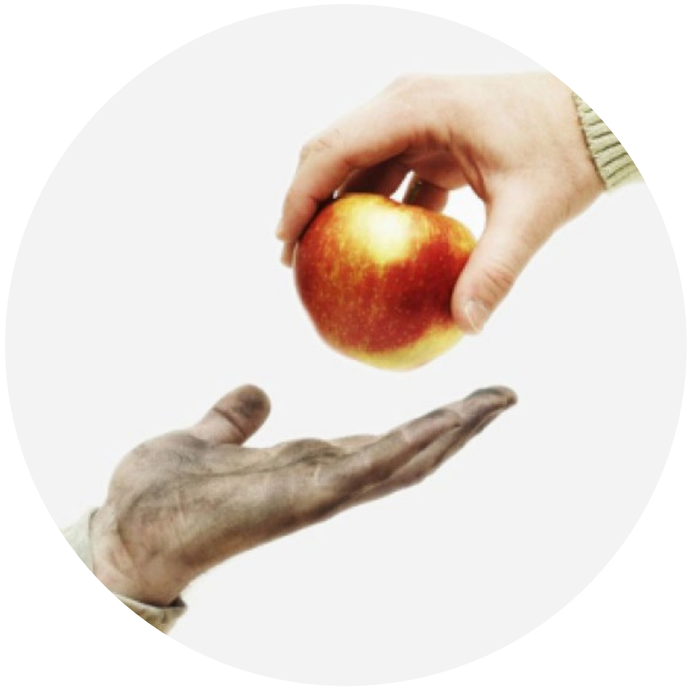


путешествия

ЦЕННОСТИ



традиции



активная социальная позиция
в благотворительности

БАРЬЕРЫ ПОТРЕБЛЕНИЯ



навязывание православных канонов



нет возможности часто посещать церковь



сложно выбрать православный продукт в общей массе (отсутствие уникальности)

ВЫВОДЫ ПО ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОМУ ЭТАПУ

ПОТРЕБНОСТИ ЦА:

- Причастность к православию
- Культурное развитие
- Уникальная продукция
- Сопричастность к благотворительности
- Возможность самовыражения

ВОЗМОЖНОСТИ БРЕНДА:

- Дизайн студия
- Предоставление качественного сервиса
- Гибкая ассортиментная матрица
- Возможность для потребителей принять участие в создании продукта

СУТЬ БРЕНДА:

Азы православной культуры

РЫНОЧНАЯ СИТУАЦИЯ:

- No name производители/продукция
- Отсутствие фирменных ТО
- Отсутствие вовлечения потребителя/ коммуникационного взаимодействия
- Перенасыщенность массовыми безликими сувенирами (ширпотреб)
- Отсутствие культуры потребления

ЧТО НЕ ДАЮТ КОНКУРЕНТЫ:

- Уникальность (дизайн разработки)
- Информация о продукте
- Упаковка
- Аутентичность продукции
- Участие в благотворительности

ПЛАТФОРМА БРЕНДА

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

УНИКАЛЬНЫЕ ПРАВОСЛАВНЫЕ СУВЕНИРЫ РУЧНОЙ РАБОТЫ

ЦЕННОСТИ

ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ К ПРАВОСЛАВИЮ
СОПРИЧАСТНОСТЬ
БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ
ПРОСВЕЩЕНИЕ
УНИКАЛЬНОСТЬ
ВОЗМОЖНОСТЬ САМОВЫРАЖЕНИЯ

ХАРАКТЕР

ДРУЖЕЛЮБНЫЙ
ЭМПАТИЧНЫЙ
ПРОСВЕЩАЮЩИЙ
ТВОРЧЕСКИЙ
СОЗИДАТЕЛЬНЫЙ

МИССИЯ

НЕНАВЯЗЧИВАЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИЯ ПРАВОСЛАВНОЙ КУЛЬТУРЫ

МЕТАФОРА

ОБРАЗНО, МЫ КАК АЗБУКА, ДАЮЩАЯ ВДОХНОВЕНИЕ И ПРОСВЕЩЕНИЕ НА ПУТИ К ПРАВОСЛАВИЮ И ОБНОВЛЕННЫМ ТРАДИЦИЯМ

НОВЫЙ ПРОДУКТ

УНИКАЛЬНЫЕ ТОВАРНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

МЫ ПРОДАЕМ НЕ ТОЛЬКО АВТОРСКИЕ ПРЕДМЕТЫ, ДАЕМ ВОЗМОЖНОСТЬ САМОВЫРАЖЕНИЯ, ОЩУЩЕНИЕ ПРИЧАСТНОСТИ И ПРОСВЕЩЕНИЯ В ПРАВОСЛАВИИ

УНИКАЛЬНЫЕ ТОВАРНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

ВСЯ ПРОДУКЦИЯ НЕ ТОЛЬКО ОСВЯЩЕНА В ХРАМЕ, НО И НАМОЛЕНА НА МОЩАХ

УНИКАЛЬНЫЕ ТОВАРНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

ПОДДЕРЖКА БЛАГОТВАРИТЕЛЬНОГО ФОНДА СЕМЬИ РОМАНОВЫХ В РАЗМЕРЕ 10% ОТ ОБОРОТА. ЦЕЛЬ ФОНДА – КОНСОЛИДАЦИЯ СРЕДСТВ И УСИЛИЙ ФИЗИЧЕСКИХ И ЮРИДИЧЕСКИХ ЛИЦ ПО ВОССТАНОВЛЕНИЮ И ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ОБЪЕКТИВНОЙ ИСТОРИИ ВРЕМЕН ДИНАСТИИ РОМАНОВЫХ

НОВЫЙ ПРОДУКТ

МАТЕРИАЛЫ



КОЖА



СЕРЕБРО



ДЕРЕВО



МЕТАЛЛ

НОВЫЙ ПРОДУКТ

АССОРТИМЕНТ













ВЕРБАЛЬНАЯ
И ВИЗУАЛЬНАЯ
ИДЕНТИФИКАЦИЯ

ПРАВОСЛАВНЫЕ МАСТЕРА

ХЕШТЕГИ В СОЦСЕТЯХ

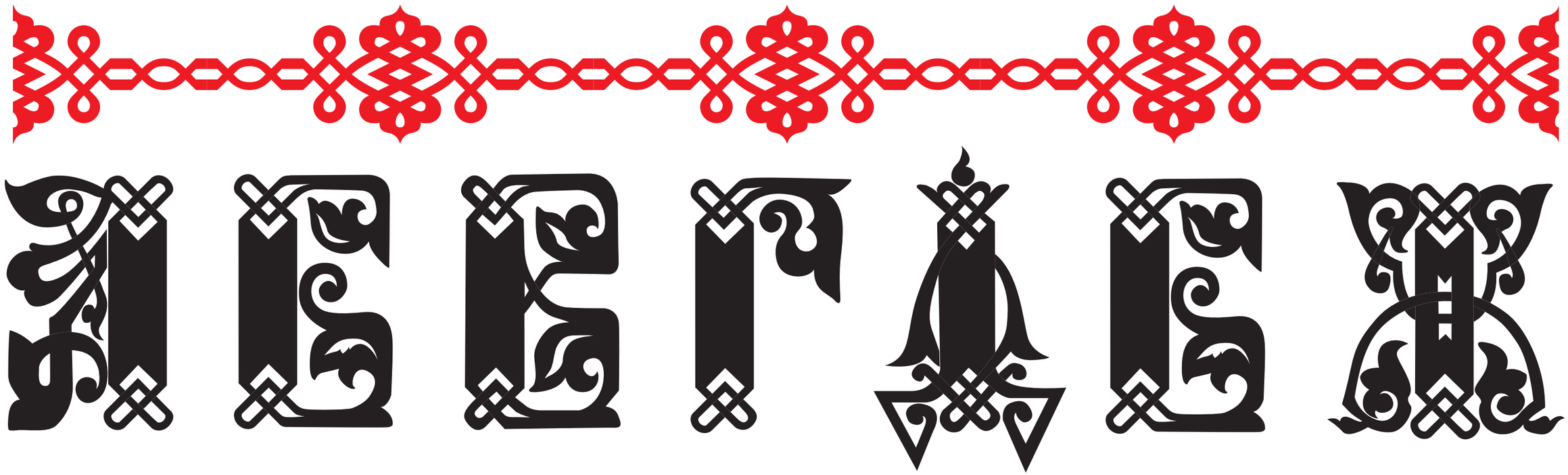
#ДОБРО #ПРАВОСЛАВИЕ
#ГЛАГОЛЬДОБРОЮВЕЛИРКА
#ГЛАГОЛЬДОБРО #ПРОСВЕЩЕНИЕ
#ВЕРАВТЕБЕ #ТРАДИЦИИ
#ШАРМЫДОБРА #ТВОРИДОБРО
#САМОВЫРАЖЕНИЕ
#ИСКУССТВОДОБРА

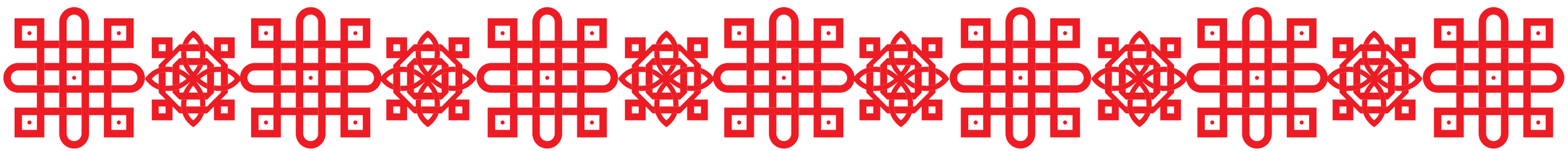
ПАРАБЕЛЬ ДОБРО!



православная
мастерская

НЕ СЛУШАЙ, ГДЕ КУРЫ КУДАХЧУТ, А СЛУШАЙ, ГДЕ БОГУ МОЛЯТСЯ!





Слово не картошка, не выкинешь в окошко


ДЕЛАЙ ДОБРО!
ДЕЛАЙ ДОБРО!
православная мастерская
ИЗ ВСЕХ ЕГУ МАСЛЯНИЦА
БУДЕТ И ВЕЗДЕЙ ПОСТ!




Казанъ
Дворъ
православная
мастерская
МАЯ ЗОЛОТНИК, ДА


НЕ СЛУШАЙ, ГДЕ КИВЯТ КУДАЧКИ, ГДЕ БОБЫ МЯЯТСЯ!
СЛАВОЪ ДОБРО!


СЛАВЯНЪ ДОБРОДѢ
2016
АПРЕЛЬ
тварь ипри беги дичь супер крутой шрифт
нужен мне очень сильно
2016


Царский подарок
православная
мастерская


НЕ СЛУШАЙ
ГДЕ КУРЫ
КУДАХЧУТ
А СЛУШАЙ
ГДЕ БОГЪ
МОЛЯТСЯ




Сдадимъ Добро!
православная
мастерская

ГЛАГОЛЪ ДОБРО!

православная
мастерская




ПРАВОСЛАВНАЯ
ЛАВКА


Славянъ добро!
православная
мастерская
Славянъ добро!
православная
мастерская

СТАНДАРТНЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ



— Участие в выставках
— Собственная лавка
— Интернет проект
— Собственные брендированные стенды в местах продаж
— Участие в передачах на канале «Спас»

НЕСТАНДАРТНЫЕ КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИИ



— Благотворительные коллаборации и участие в фестивалях
— Православные туры (пешеходные, автобусные и тд)
— Мастер классы по изготовлению сувениров
— Популяризация и организация православных праздников
— Православный ежегодный фестиваль (open air)



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!