

a.studio | branding
agency

**BRAND
YOUR
BUSINESS.**

advertastudio.ru

A.STUDIO

Результативное брендинговое агентство.

Мы разрабатываем бренды, выводим на рынок новые продукты и развиваем уже существующие

➤ Бренд-консалтинг, стратегия, позиционирование

➤ Нейминг и копирайтинг

➤ Дизайн упаковки и фирменный стиль

➤ Создание веб-сайтов

➤ Маркетинговые исследования

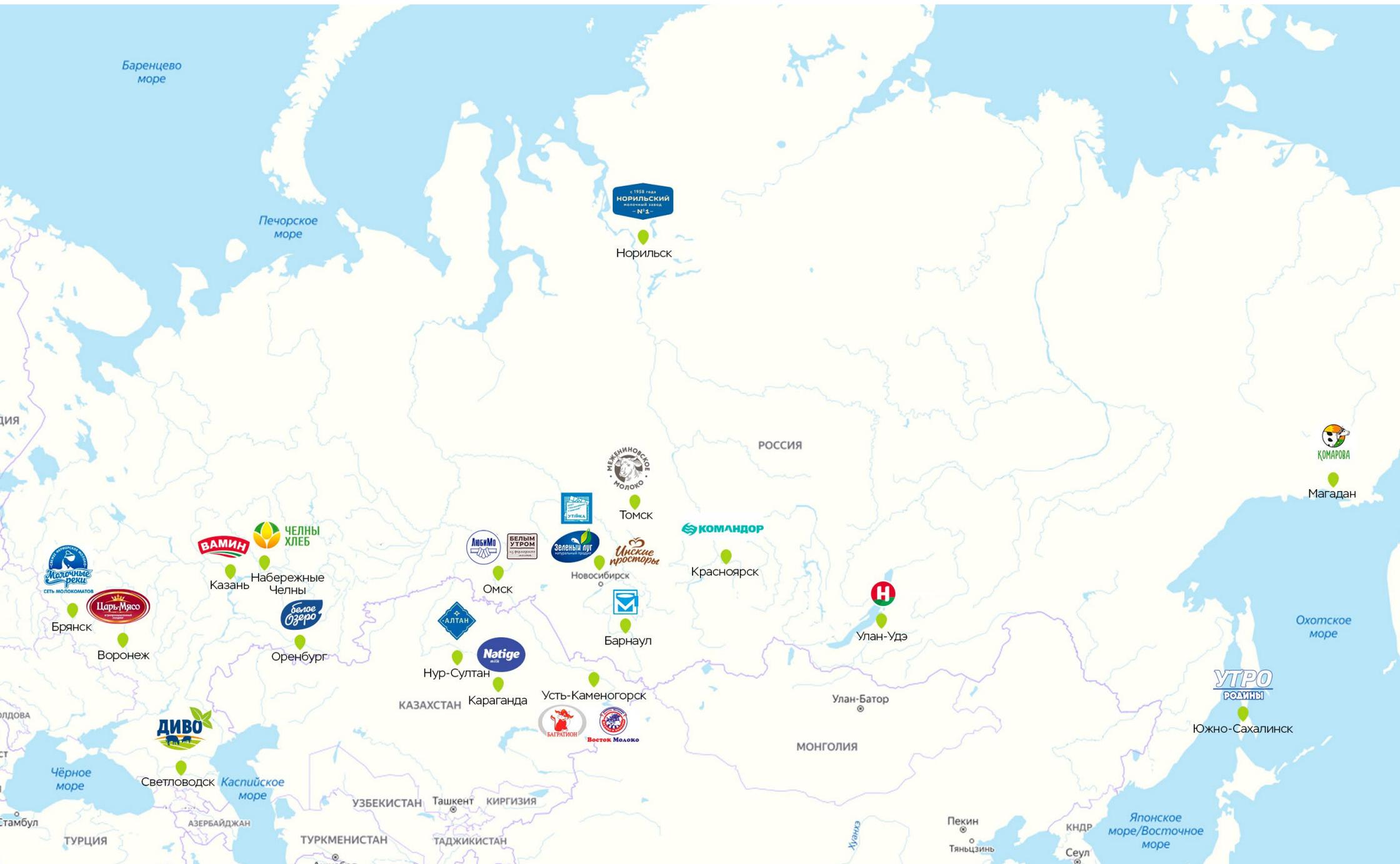
С 2006 ГОДА МЫ УСПЕЛИ:

- Стать лидером в СФО и войти в топ-15 брендинговых агентств России
- Реализовать более **500 проектов**
- Создать проекты для **57 регионов России**
- Выйти за пределы РФ и запустить продукты клиентов **в странах СНГ и Азии**
- Стать надежным партнером – **89% клиентов** остаются с нами после первого заказа

АБКР® аССОЦИАЦИЯ
БРЕНДИНГОВЫХ
КОМПАНИЙ
РОССИИ

Молочная отрасль

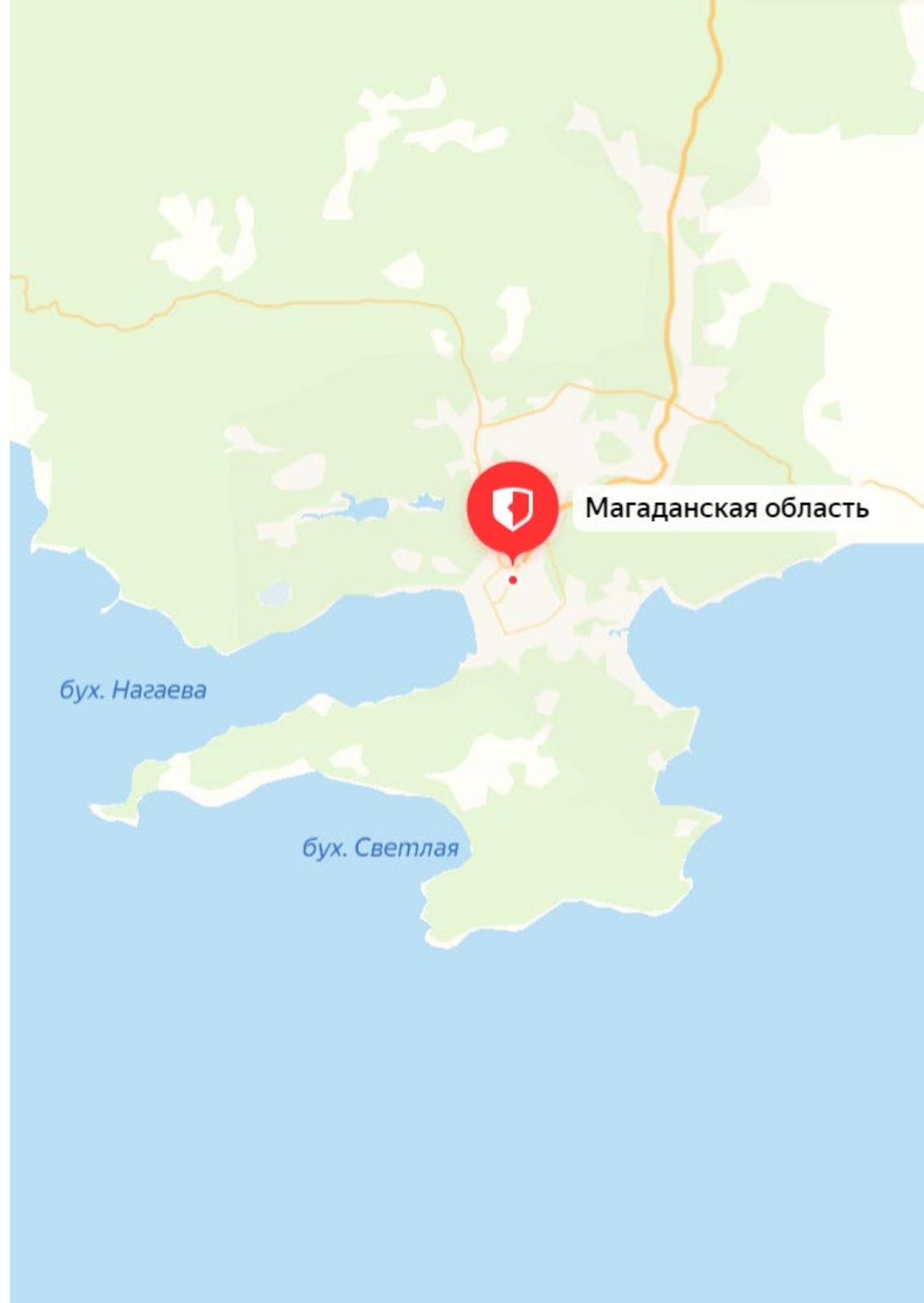
Карта России с заводами в разных регионах



Магадан

Магадан – город на северо-востоке России, находящийся в суровых условиях Крайнего Севера. Здесь зима продолжается не менее полугода, даже летом не бывает жарко и всегда дует ветер.

Население – около 100 тыс. человек.



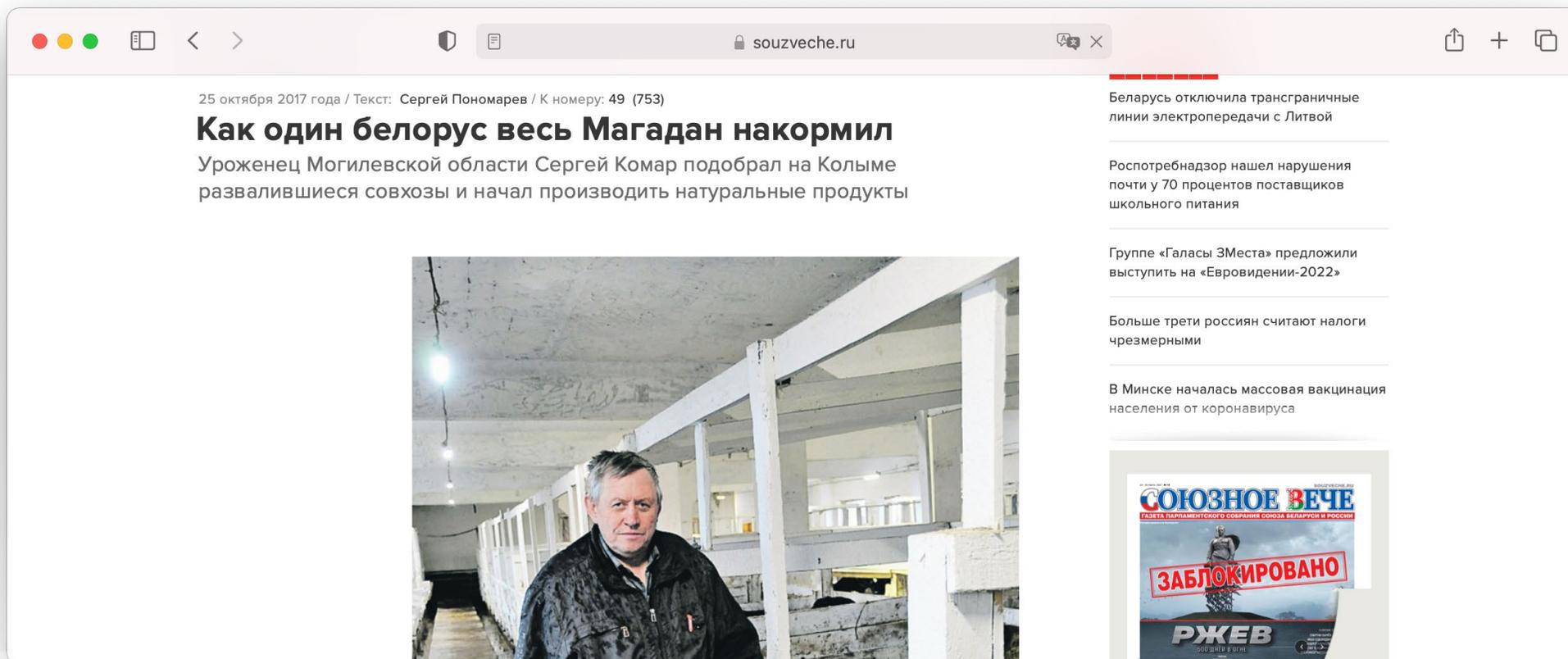
Магадан

Видео





«Комарова»



«Комарова» – это семейная ферма. Ее основателем является Сергей Комар, который в 90-х годах приехал из Белоруссии на стройку Колымской ГЭС. Теперь это известный сельхозпроизводитель, которому принадлежит самое крупное фермерское хозяйство в регионе.

В фермерском деле Сергея поддерживают жена, сын и дочь, которые также посвятили себя ручному труду и работе на ферме.

- Молочная переработка
- Мясная переработка
- 12 собственных магазинов

Ассортимент КФХ «Комарова»

Молочные продукты

Молоко
Сливки
Сметана
Творог
Кефир
Ряженка
Снежок
Сывороточные напитки
Йогурты и биоогурты
Творожные десерты

Сыры

Адыгейский
Моцарелла
Буррата
Сулугуни
Плавленый
Йогурты и биоогурты
Творожные десерты

Мясные и тестовые полуфабрикаты

Мясо говядины
Мясо свинины
Фарш
Тефтели
Вареники
Гречаники
Котлеты
Биточки
Фрикадельки
Купаты
Перец фаршированный
Голубцы
Хинкали
Манты
Посикунчики
Пельмени
Блинчики
Зразы
Шашлык в маринаде

Колбасные изделия и деликатесы

Грудинка
Карбонад
Шейка
Шпик
Сало
Зельц
Рулеты
Корейка
Ветчина
Колбаса «Белорусская»
Колбаса в/к «Новомосковская»
Колбаски шашлычные
Паштет печеночный

Овощи

Картофель
Морковь
Капуста
Свекла





Как выглядит бренд







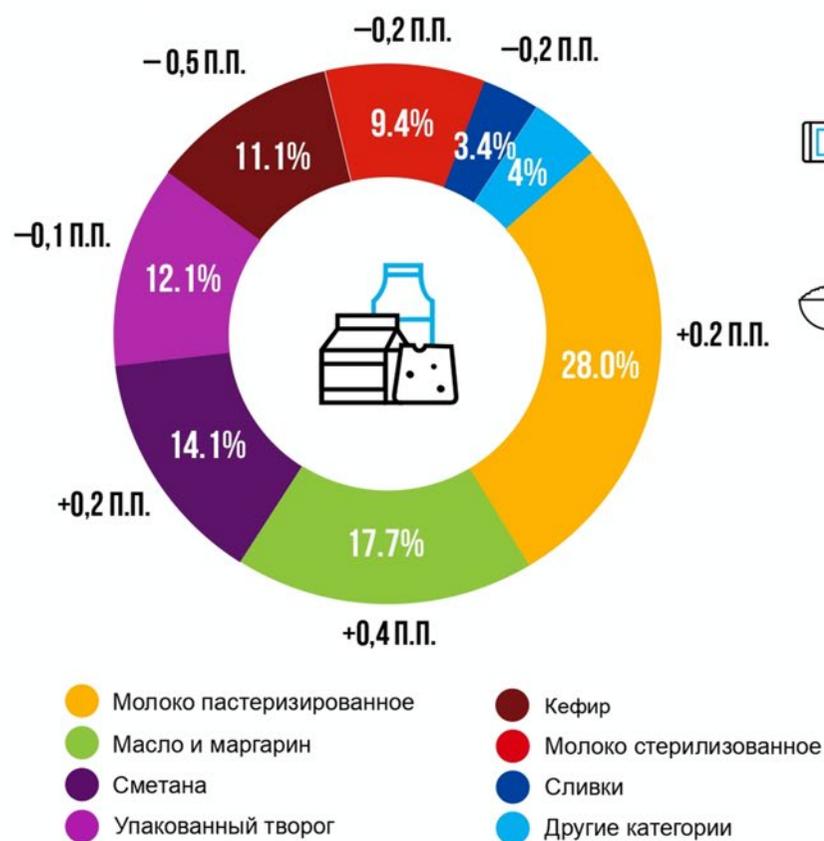
Текущее положение молочной отрасли

- Товарное молоко растет
- Инвестиции в отрасль растут
- Транснациональные компании теряют объемы переработки в классической молочной продукции
- Региональные заводы наращивают переработку. Модернизируют мощности производства

Ситуация на рынке

Структура категории и динамика продаж традиционной молочной продукции

Доли крупнейших категорий в денежном выражении



Динамика продаж традиционной молочной продукции



Источник: Ритейл-аудит Nielsen, (период — год с мая 2018 по апрель 2019 по сравнению с аналогичным периодом годом ранее)

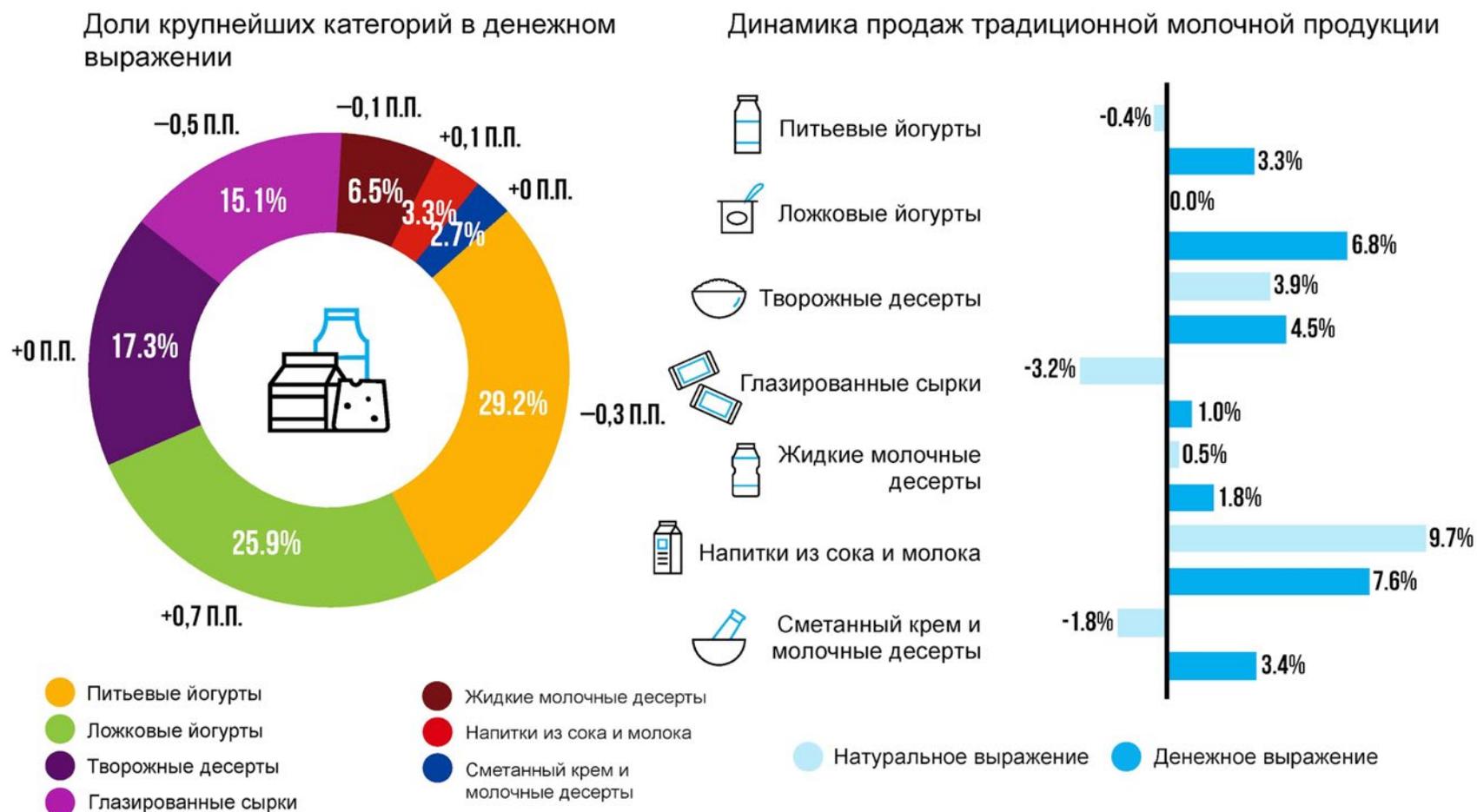
Copyright © 2019 The Nielsen Company

Традиционная молочная продукция



Ситуация на рынке

Структура категории и динамика продаж современной молочной продукции



Современная молочная продукция



Вкус



Формат To go



Функциональность

Текущее положение молочной отрасли

- Товарное молоко растет
- Инвестиции в отрасль растут
- Транснациональные компании теряют объемы переработки в классической молочной продукции
- Региональные заводы наращивают переработку. Модернизируют мощности производства

Сводный анализ позиционирования основных конкурентов



Что такое позиционирование

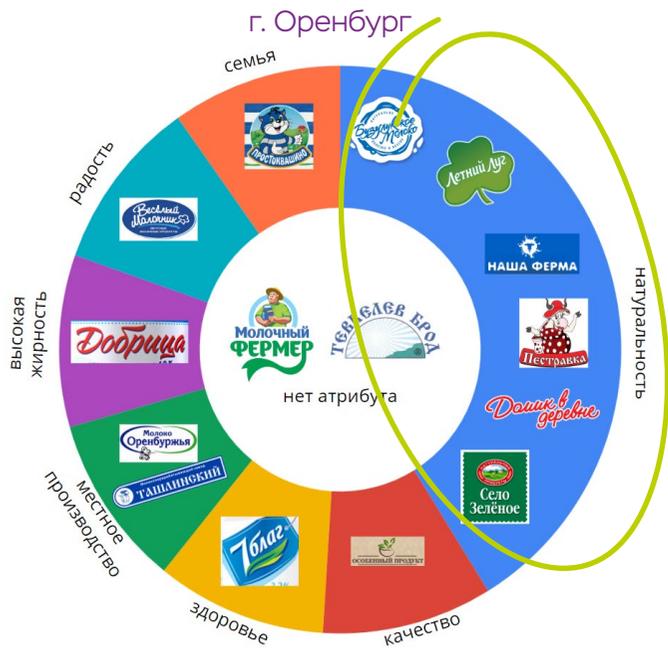
« Привлекательно сформированный образ марки в сознании потребителей, который отражает основное отличие марки от товаров-конкурентов »

Сводный анализ позиционирования основных конкурентов

г. Новосибирск



г. Оренбург



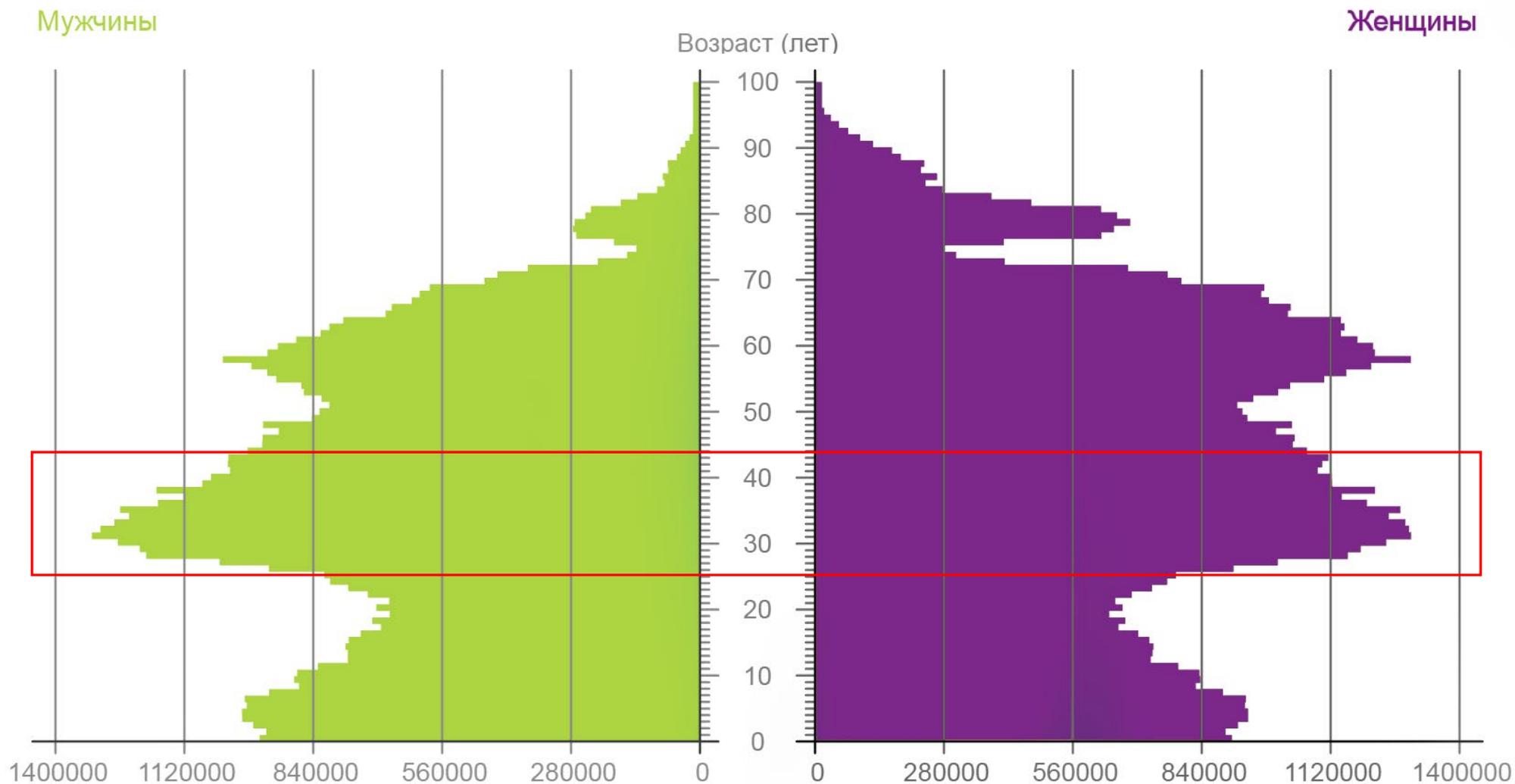
г. Барнаул



Натуральность –
это позиционирование?

Анализ потребителя

Население России по полу и возрасту на 2020 г



Численность населения соответствующего возраста

Федеральные бренды



Вкус



Формат To go



Функциональность

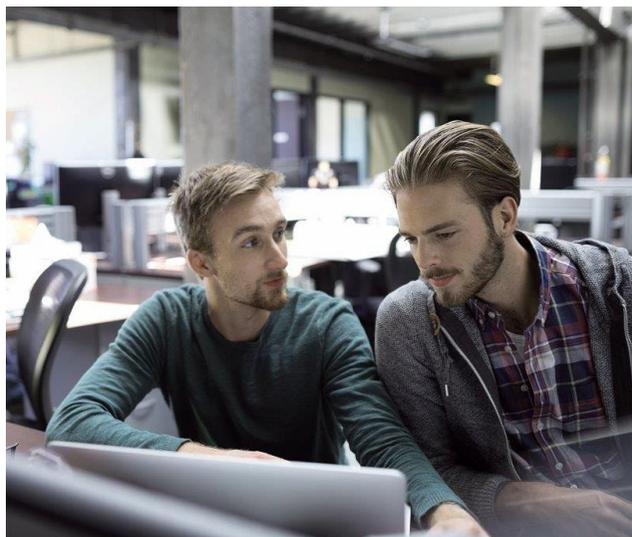
Современные группы потребителей

Стремящиеся к пользе



Потребность: поддержание своего здоровья, хорошего самочувствия и внешнего вида.

Молодые специалисты



Потребность: удобный и вкусный перекус, который легко брать с собой.

Ценители качества



Потребность: обеспечить себя и свою семью лучшими продуктами (натуральными, экологичными, безопасными вкусными).

О позиционировании



Сегодня наш покупатель покупает не просто продукт. А «что-то» особенное. «Что-то особенное» почти не возможно создать в продукте. Его нужно создать в отношении человека к продукту.

Значит включать в работу эмоции: любовь, лояльность, уважение. Это то из чего состоят настоящие бренды.



Проблема отрасли в регионах

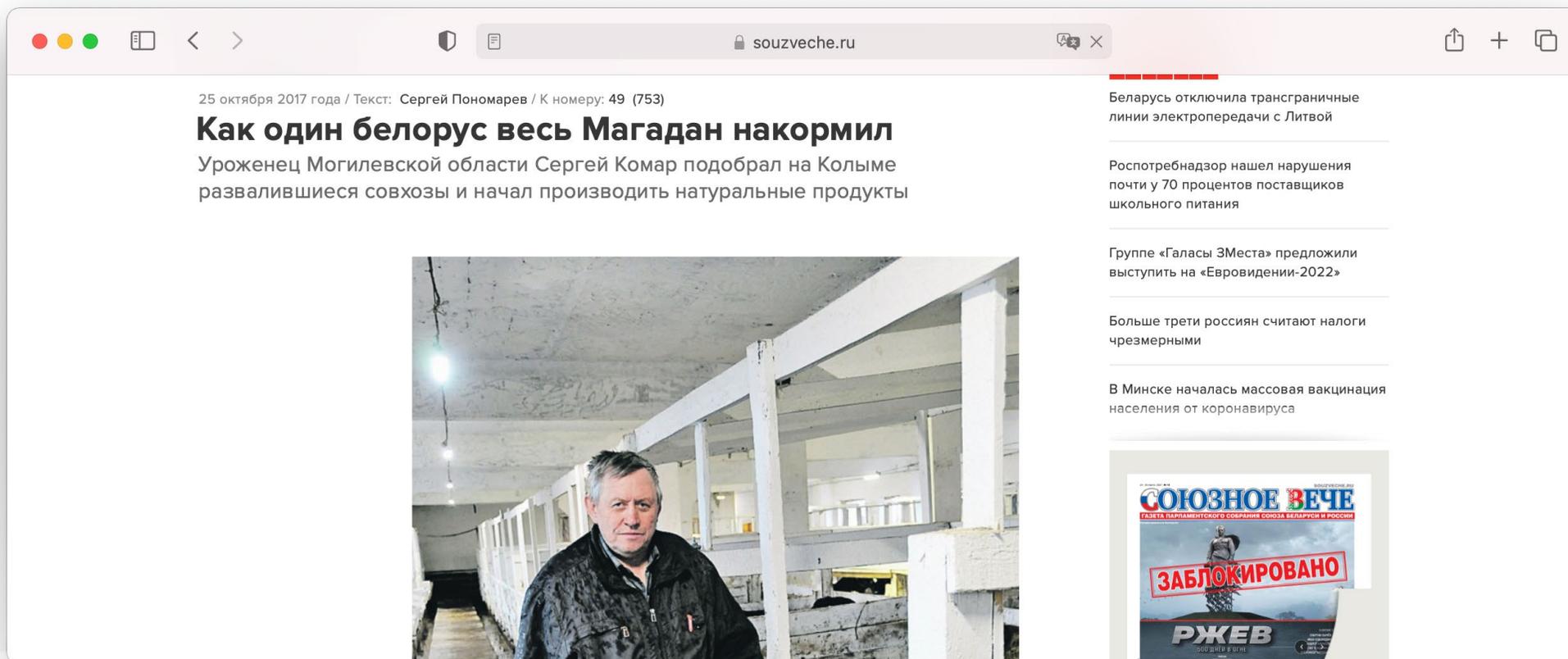
- Одинаковый продукт
- Одинаковый ассортимент
- Одинаковое позиционирование или вообще его отсутствие
- Одинаковая ЦА

Битва на полке

- Мы производим натуральный продукт
- В сети зайти не можем
- В сети зашли, но нас не покупают
- Куда мы со своими 100 коровами?!

У каждого предприятия своя стратегия

«Комарова»



«Комарова» – это семейная ферма. Ее основателем является Сергей Комар, который в 90-х годах приехал из Белоруссии на стройку Колымской ГЭС. Теперь это известный сельхозпроизводитель, которому принадлежит самое крупное фермерское хозяйство в регионе.

В фермерском деле Сергея поддерживают жена, сын и дочь, которые также посвятили себя ручному труду и работе на ферме.

- Молочная переработка
- Мясная переработка
- 12 собственных магазинов

«Боли» производителей

- Какая наша стратегия куда дальше двигаться?
- Хотим увеличить продажи, но не знаем за счет чего?
- Что делать с ассортиментом?
- Понимают ли ценность нашего натурального продукта Магаданцы?
- Что делать с ценообразованием?

Особенности потребления в Магадане

- Смотрите ли вы сроки годности на колбасе?
- Закупаетесь ли вы продуктами заранее?
- Покупаете ли вы морковь за 1500 р за кг в декабре для Оливье?

Особенности потребления в Магадане

- Существуют аудитории осознанных потребителей заботящихся о питании-здоровье
- У бренда есть мощный бекграунд, ценности, который бренд не доносит до потребителя. В упаковке, в коммуникациях
- Исследования подтвердили, что бренд Коморова уважают и любят

Обновленный бренд



КОМАРОВА

СЕМЕЙСТВО ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ

КАЧЕСТВО —
ЭТО

СЕМЕЙНОЕ



СЕРГЕЙ ВАСИЛЬЕВИЧ

ИЗВЕСТНЫЙ ЧЕЛОВЕК В МАГАДАНЕ,
ЕЩЕ С МОМЕНТА ПРИЕЗДА НА ВЕЛИКУЮ
СТРОЙКУ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА В 81 ГОДУ.

ТАТЬЯНА ВЛАДИМИРОВНА

ЗНАЕТ ВСЕ НЮАНСЫ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ,
ПОСКОЛЬКУ НАЧИНАЛА И ОТЛАЖИВАЛА
ИХ ИМЕННО ОНА.



СЕРГЕЙ СЕРГЕЕВИЧ

ЗНАЕТ КАК УСТРОЕНЫ ТЕХНИЧЕСКИЕ
ПРОЦЕССЫ НА ПРОИЗВОДСТВЕ,
КАК ВСЁ РАСТЕТ И СОБИРАЕТСЯ.

АНАСТАСИЯ СЕРГЕЕВНА

НА НЕЙ ДЕРЖАТСЯ СОБСТВЕННЫЕ
МАГАЗИНЫ «КОМАРОВА».











КОМАРОВА

СЕМЕЙСТВО ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ



КОТЛЕТЫ ИЗ ГОВЯДИНЫ







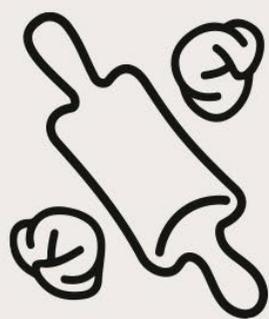




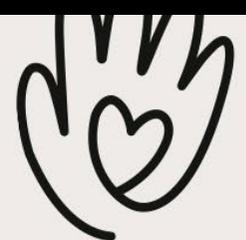
Ферма с личной ответственностью

Фундаментом для позиционирования бренда стали «Ручной труд и личная ответственность производителя».





ЛЕПИМ ВРУЧНУЮ
С МЯСОМ
ОТ НАШЕЙ ФЕРМЫ

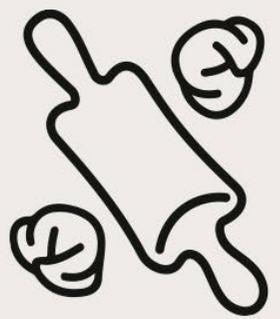


СОХРАНЯЕМ
ВСЮ ПОЛЬЗУ
НАШЕГО МОЛОКА

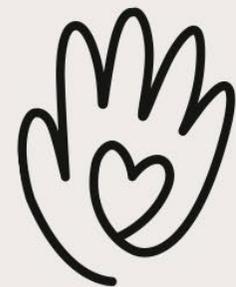
НЯЕМ
ПОЛЬЗУ
МОЛОКА



ЛЮБИМЫЙ РЕЦЕПТ
МОЕЙ СЕМЬИ



ЛЕПИМ ВРУЧНУЮ
С МЯСОМ
ОТ НАШЕЙ ФЕРМЫ



СОХРАНЯЕМ
ВСЮ ПОЛЬЗУ
НАШЕГО МОЛОКА



КАЧЕСТВО — ЭТО СЕМЕЙНОЕ

 ЛЕДИМ ВРУЧНО С МЯСОМ ОТ НАШЕЙ ФЕРМЫ

 С ДОБАВЛЕНИЕМ ЛЮБВИ И СЕМЕЙНОГО ТЕПЛА

ПЕЛЬМЕНИ НЕЖНЫЕ. ПОЛУФАБРИКАТ МЯСНОЙ, КАТЕГОРИИ В, ЗАМОРОЖЕННЫЙ.
Т/У 9214-009-84579933-15

Состав: тесто: мука пшеничная, яйца куриные, вода, соль.
Начинка: свинина, курица, лук репчатый, вода, сахар-песок, соль поваренная, перец черный.

Условия хранения: при температуре не выше -18°C.
Повторное замораживание продукта не допускается.

Пищевая ценность (содержание в 100 г продукта):
ЖИРЫ — 12,1 Г **БЕЛКИ — 8,3 Г** **УГЛЕВОДЫ — 21,3 Г**

Энергетическая ценность (калорийность) — 227 ккал/950 кДж.
Индивидуальный предприниматель, Глава КФХ «Комарова» Комар С. В.
Адрес производителя: 685001, РФ г. Магадан ул. Майская д. 51.

СРОК ГОДНОСТИ **6 месяцев**

До 80% МЯСНОЙ НАЧИНКИ НА КАЖДЫЙ ПЕЛЬМЕШЕК ТЕСТО, МЯСО, СПЕЦИИ.

КОНСЕРВАНТЫ? НЕ СЛЫШАЛИ!



КАК ПРИГОТОВИТЬ:



Перед варкой не забывайте просыпать воду по вкусу



После вскипания варитепельмешки еще 5-7 минут



Подавайте на стол с маслом, сметаной и соусом



EAC



PPAP



4 650117

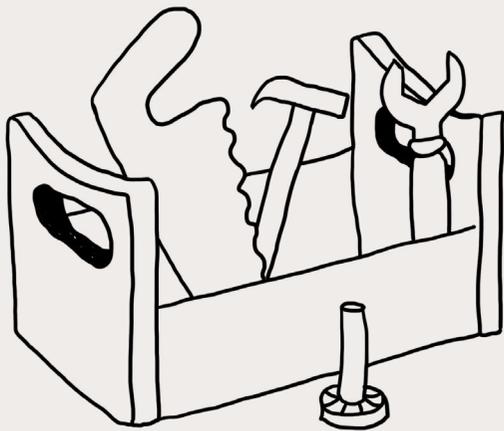
036582

☎ 8 914 030 82 67
🌐 FERMAKOMAROVA.COM
📷 @FERMAKOMAROVA

«Боли» производителей

- Какая наша стратегия куда дальше двигаться?
- Хотим увеличить продажи, но не знаем за счет чего?
- Что делать с ассортиментом?
- Что делать с ценообразованием?

ОФОРМЛЕНИЕ СЕМЕЙНЫХ МАГАЗИНОВ «КОМАРОВА»







КОМАРОВА

СЕМЕЙСТВО ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ

**СДЕЛАНО С ТЕПЛОМ
НАШИХ РУК**



КОМАРОВА

СЕМЕЙСТВО ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ



КРОМЕ
НАСТОЯЩИХ
ЯГОД МОЖНО
ПОЧУВСТВОВАТЬ
СЕМЕЙНУЮ ЗАБОТУ
И ЛЮБОВЬ
К СВОЕМУ ДЕЛУ



КОМАРОВА

СЕМЕЙСТВО ФЕРМЕРСКИХ ПРОДУКТОВ

НА ФЕРМЕ
НЕТ



КОНСЕРВАНТОВ, КРАСИТЕЛЕЙ
ЗАГУСТИТЕЛЕЙ, СТАБИЛИЗАТОРОВ,
ЭМУЛЬГАТОРОВ, ГЛУТАМАТА НАТРИЯ,
ПЕСТИЦИДОВ, КАНЦЕРОГЕНОВ,
ГИДРОКСИПРОПИЛМЕТИЛЦЕЛЛЮЛОЗЫ.



ЕСТЬ ПРОСТО МОЛОКО



БРЕНДБУК ВСЕ О БРЕНДЕ И ЕГО СТИЛЕ



ЗАЧЕМ ВАМ БРЕНДБУК

Этот документ поможет вам побыстрее и поближе познакомиться с брендом «Комарова», погрузившись в его ценности, характер и отличия на рынке. Однако каждая деталь имеет свои правила использования, которые мы с заботой и вниманием собрали в этом документе.

Брендбук предназначен для маркетологов, дизайнеров, менеджеров и всех, перед кем будут стоять задачи по продвижению бренда.



ШРИФТЫ



ХАРАКТЕР «КОМАРОВА»



ХАРАКТЕР
Добросовестный, семейный, открытый, гостеприимный, трудолюбивый

СУТЬ ПОЗИЦИОНИ- РОВАНИЯ

Ручной труд — то, что ценит и уважает наш покупатель. Такой подход гарантирует высокое качество продукции

ГОВОРИТЬ ПО-ЧЕЛОВЕЧЕСКИ

По-человечески — значит избегать в тексте профессионального сленга, канцелярских формулировок, но и не ударяться в просторечие. Попробуйте писать так, как говорите в повседневной речи.

Нет

Впервые на рынке и именно в наших торговых точках нечто новое, восхитительное и интересное

Блины — любимое многими яство, незатейливое в приготовлении

Да

Впервые в стране и в наших семейных магазинах вы можете встретить...

Блины — любимое многими блюдо, незатейливое в приготовлении



Почему

«Рынок» и «торговая точка» — слова из мира маркетинга, в повседневной речи они редко используются. Лучше подобрать общепотребимые синонимы

«Яство» — это устаревшее слово, которое в современной речи уже не используется

Используется просторечие

РЕДПОЛИТИКА. КАК МЫ ПИШЕМ

Редполитика — это общие правила написания и оформления текста. Этот раздел помогает выработать узнаваемый и единый стиль на все каналы общения с аудиторией: на сайте, рекламе, соцсетях.

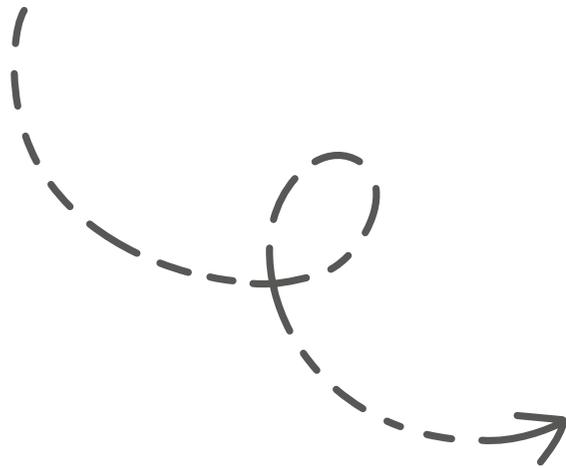
Редполитика призвана упростить написание текстов и предупредить ошибки в спорных, или сложных случаях. Также редполитика призвана добиваться эффекта, когда читатель по тексту понимает, что это пишет «Комарова», а не кто-либо другой.



Расфокусированный потребитель

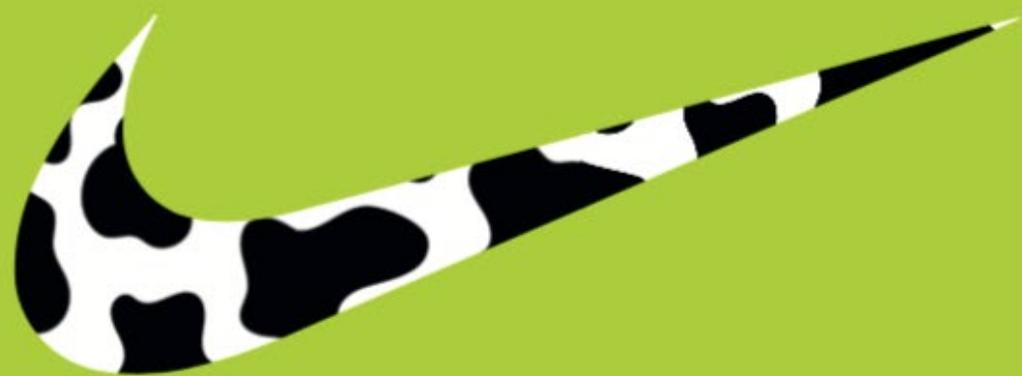


ОТКРЫТО
2 МАГАЗИНА
В НОВОМ ФОРМАТЕ



ТРАФИК
УВЕЛИЧИЛСЯ
НА 30%

Потенциал – пройти путь
изменений вместе!



JUST DO IT.

Анна Собянина

+7 (903) 938 17 58, @a.sobianina



A.STUDIO

Результативное

брендинговое агентство

+7 (383) 207 55 18, @advert.a.studio