

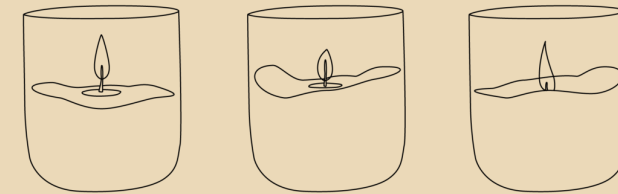
Brand Mapping. Магазин свечей «ТЕПЛО»

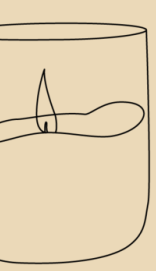
Выполнила Ким Екатерина



Значимая лексика

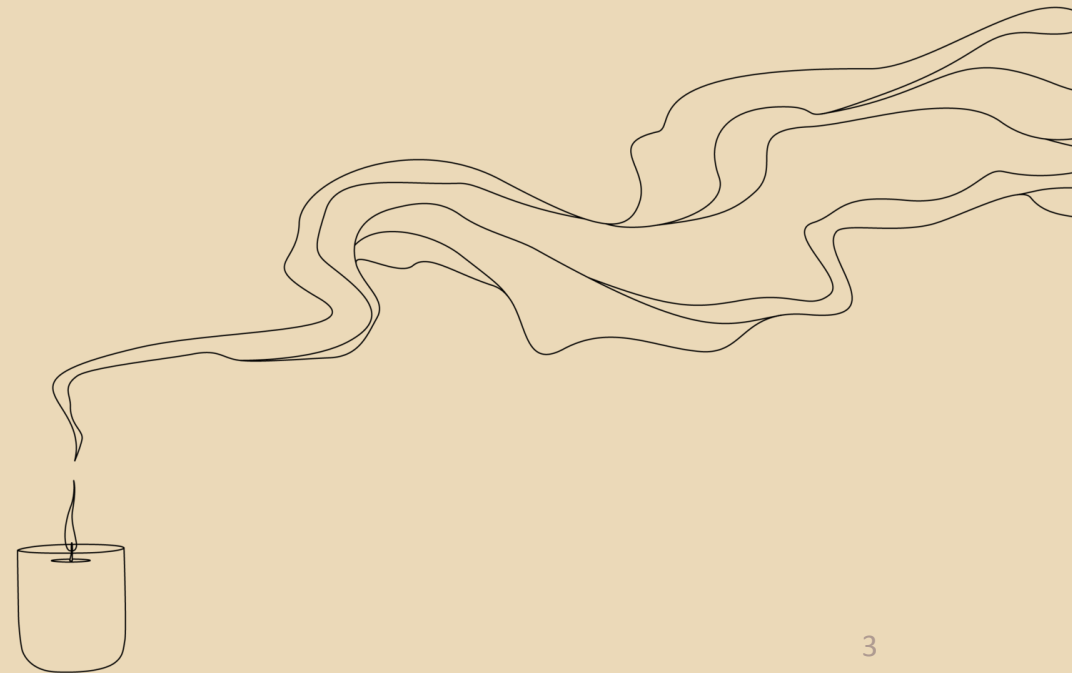
- Эстетика
- Вкусно пахнет
- Атмосферно
- Аромат
- Уют





Бренды-конкуренты

1. Jo Malone
2. Byredo
3. BAIES
4. WoodWick
5. Zara home
6. H&M home
7. Flame Moscow
8. SPCANDLE
9. Natures Shades



Анкета



- Ваш пол:
- Возраст:
- Как часто вы покупаете ароматические свечи:
 - Не покупаю
 - Раз в год
 - Раз в полгода
 - Раз в месяц
- Готовы ли Вы покупать свечи онлайн только по описанию продукта на сайте?

ДА НЕТ

Анкета



- Расставьте перечисленные факторы от 1 до 7 в порядке значимости при выборе свечей, где 1 – самое значимое, 7 – наименее значимое)

Цена

Стойкий осязаемый аромат

Красивый дизайн свечей

Известность бренда

Высокое качество сервиса (консультация при выборе, доставка)

Хорошая упаковка

Возможность перед покупкой послушать аромат

Идеальная свеча:

- До 1500 руб.
- Действительно вкусно пахнет
- Аромат стойкий, но ненавязчивый
- Экономичная
- Красивая, подходит под интерьер дома
- Безопасная
- С крышечкой
- Перед покупкой можно послушать аромат
- С удобной доставкой



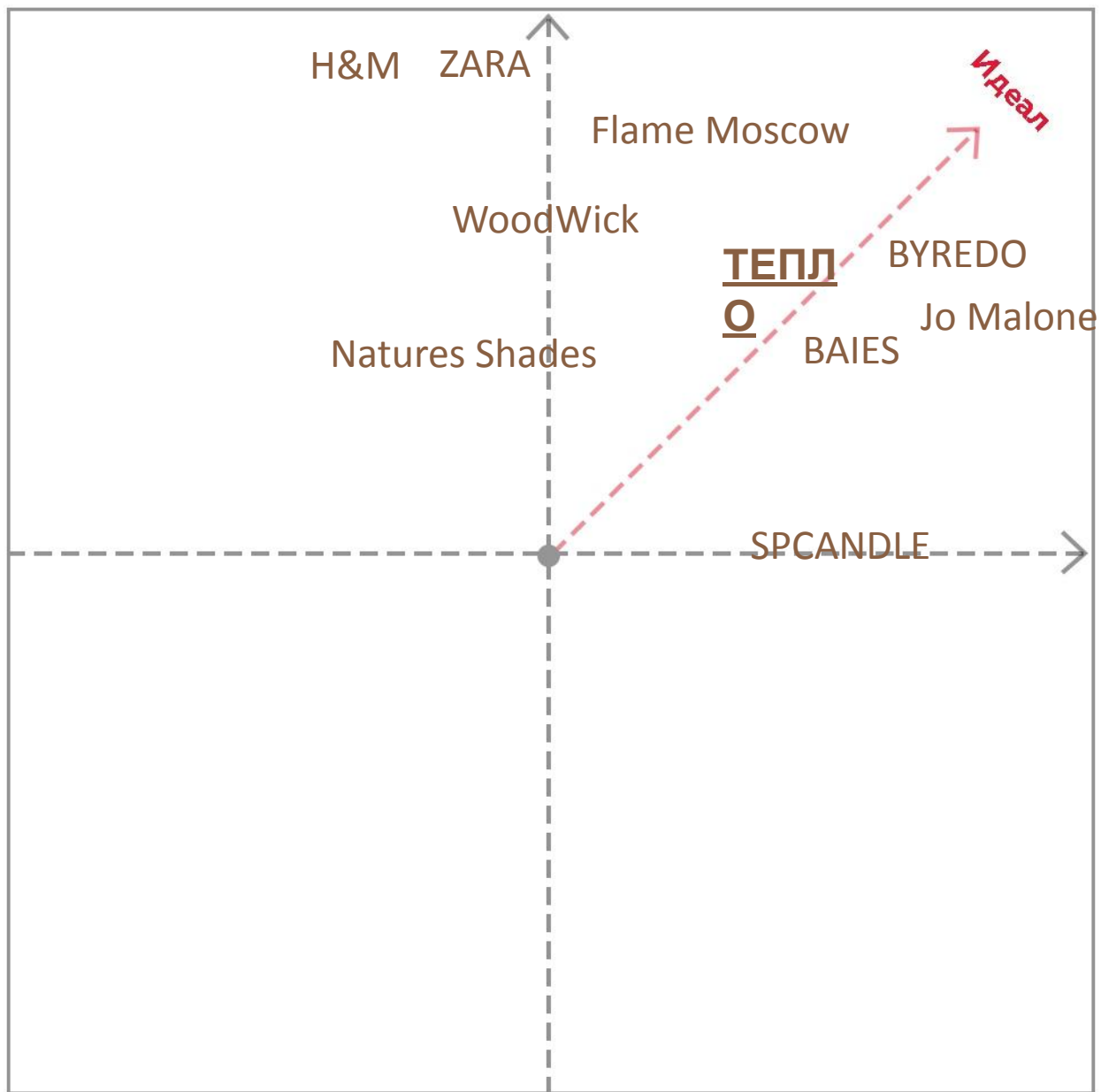
Перечень атрибутов



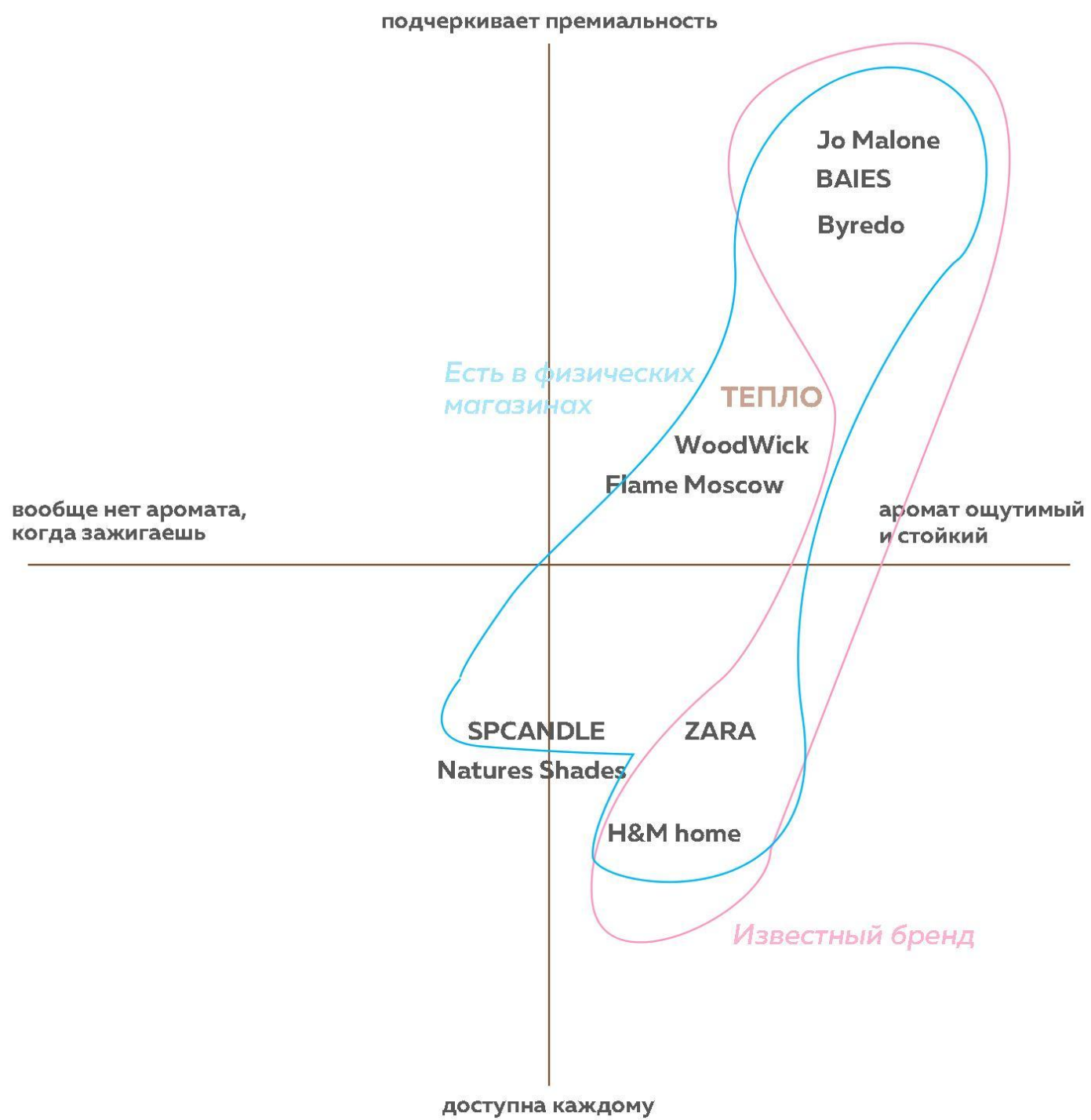
Доступна каждому	Подчеркивает премиальность
Вообще не пахнет при зажигании	Аромат стойкий и ощутимый
С обычным непримечательным дизайном	Красивая, может являться предметом интерьера
Нет упаковки вообще	В красивой упаковке
Традиционный тип свечей	Необычные свечи
Нишевый бренд	Известный бренд
Только онлайн	Можно послушать в физическом магазине
Не подходит в качестве подарка	Отличный подарок

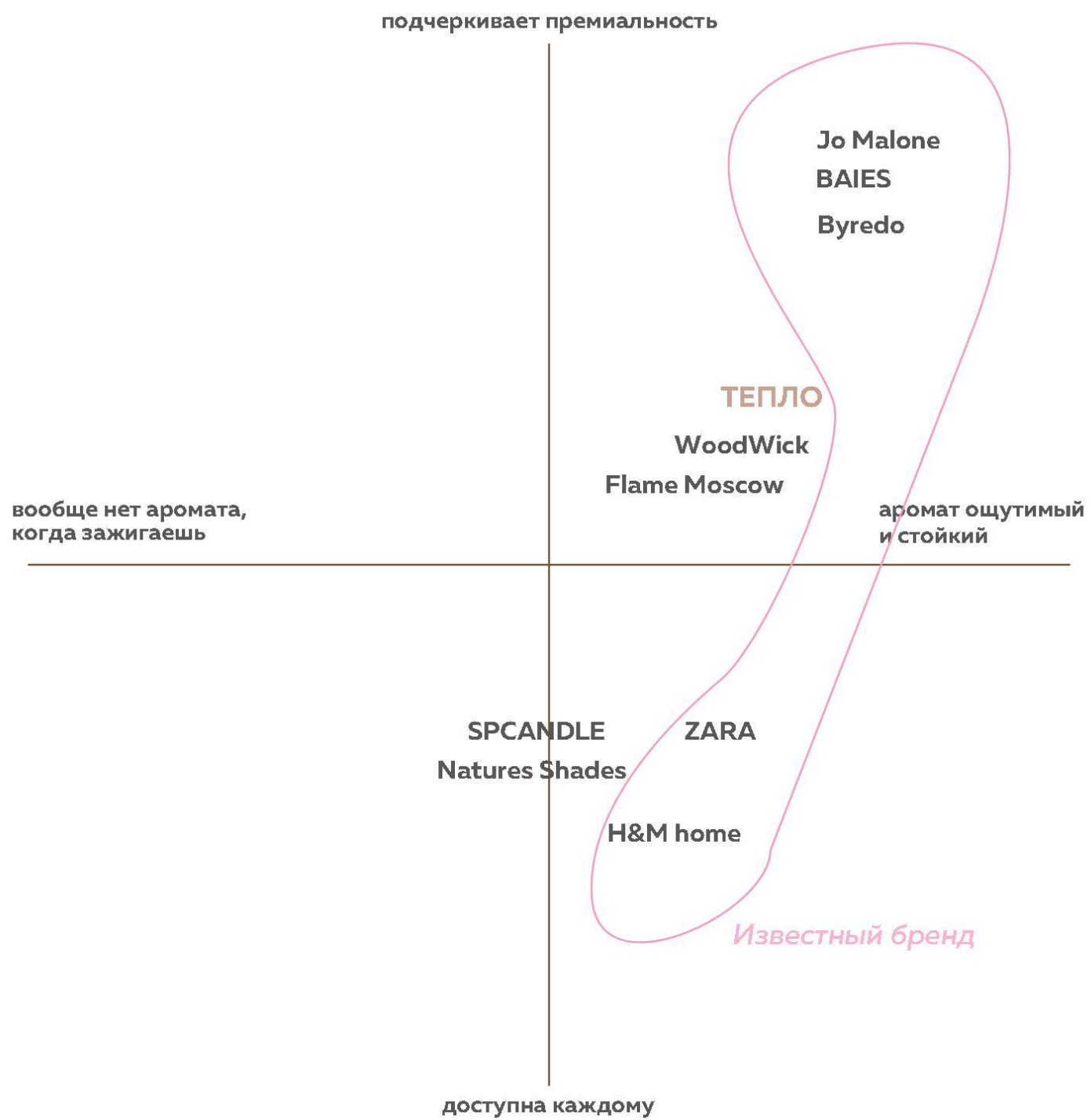
Эмоциональное восприятие

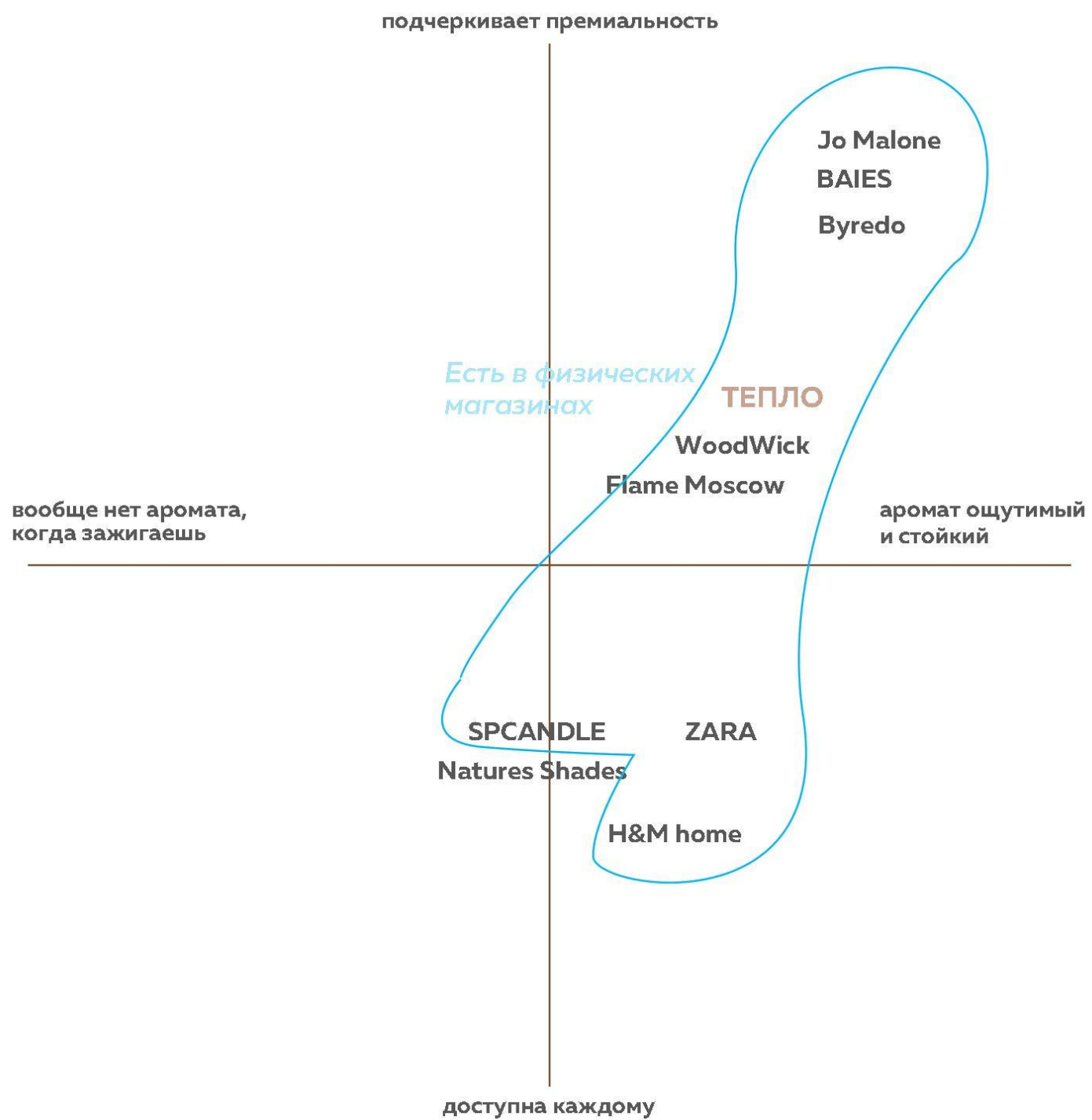
(красивый дизайн, упаковка, придаёт приятную атмосферу в доме)



Рациональное восприятие
(стойкий и ошутимый аромат, экономичность, доставка)







Рекомендации по составлению рекламного сообщения для продвижения бренда.

- 1) повысить узнаваемость бренда, двигаться к известным брендам. Закупать рекламу у микро-блогеров.
- 2) рационально обосновать стоимость товаров в рекламных материалах. Обозначать преимущества.
- 3) продумать красивую (даже подарочную) упаковку, а также позиционировать товар как отличный подарок.
- 4) выбрать русское название для отстройки от конкурентов и большей узнаваемости.
- 5) придумать слоган.
- 6) сотрудничать с небольшими отелями, ресторанами.
- 7) выбрать в качестве фирменных цветов более яркий цвет, чем у конкурентов.