

КОМПЬЮТЕРНЫЙ КЛУБ

Подготовили: Титов Никита, Бялоус Владислав,
Васильев Константин, Ламажап Санзуев, Киселёва
Евгения

Цели:

- Сформировать группу лояльной аудитории
- Заявить о себе на региональном рынке
- В будущем открыть новые арены в соседних городах



Задачи

- Сформировать систему скидок постоянным клиентам и большим группам
- Ежеквартально запускать новую рекламу в социальных сетях , с помощью крупны местных сообществ и таргетированной рекламы
- Постоянно исследовать деятельность конкурентов с целью предложения клиентам более выгодного предложения
- Организовывать кибер-соревнования с призами (компьютерные мыши/клавиатуры/кресла)



Финансовые и маркетинговые задачи:

- Высокий уровень лояльности — чтобы 2/3 предпочитали наш клуб другим
- Занимаемая доля рынка — от 35%, в лучшем случае половина и больше

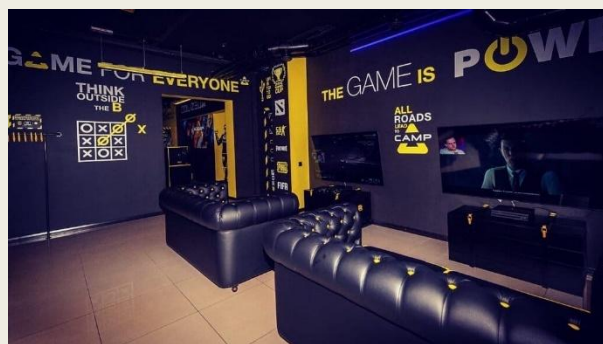


Отличительные черты

- -высококласное оборудование
- -регулярные мастер-классы/турниры по играм
- -вывод нового поколения геймеров на уровень рф
- -продвижение бизнеса не ради денег, а ради развития области как профессиональной деятельности и спорта

Наши Конкуренты

- CyberX
- Enigma
- Colizeum
- Hexagon arena
- ОВЕРХИТ арена



Ситуация на рынке

За последние 2 года спрос на компьютерные клубы вырос, причинами этого являются:

- Развитие киберспорта в России
- Подорожание комплектующих для сборки ПК

Проблемы:

- Пандемия Covid-19

Сегментирование потребителей

- Подростки: 14-17 лет;
- Молодые люди: 18-25;
- Взрослые: 26-35



Модель и оболочки бренда

Атрибуты:

Наиболее значимыми атрибутами нашего бренда являются; Хорошая репутация у клиентов, отсутствие скандалов, идеально чистый имидж, разумные цены для любой целевой аудитории, высококлассное оборудование, наша главная уникальность заключается в том что приходящие к нам люди, уходят с улыбкой на лице



Преимущества

- Атмосфера
- Высокий уровень обслуживания
- Экономические преимущества перед конкурентами
- Также высококлассное оборудование, девайсы и игровая периферия

Ценности

Ценности (эмоции)- приходящие к нам люди испытывают безусловно положительные эмоции , они могут пообщаться со своими друзьями , поиграть в любимые игры на хороших ПК, к тому же по приятной цене несомненно это вызывает положительные ЭМОЦИИ



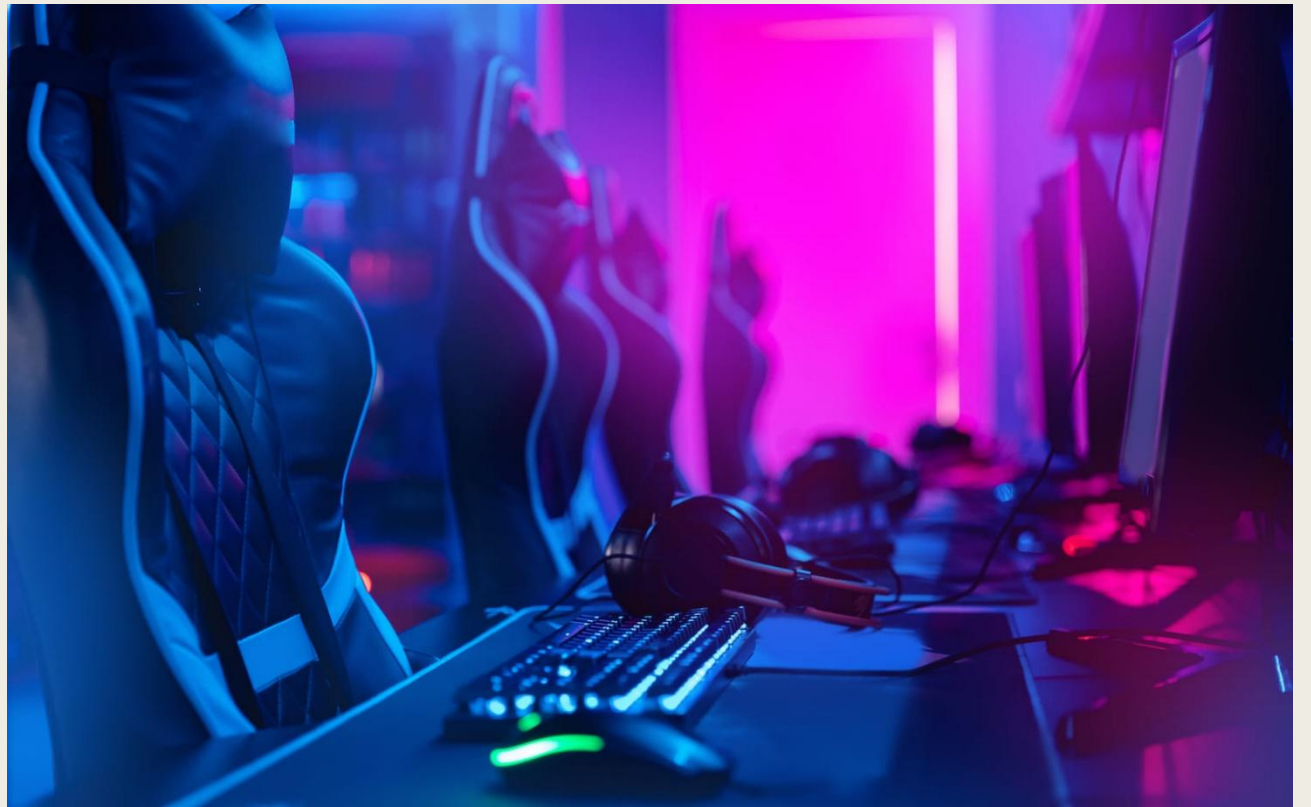
Личность

Молодой, современный, продвинутый, амбициозный, свободный, нацеленный на победу.



Суть бренда

Доступный киберспорт для компаний игроков любителей и профессионалов



Нейминг

Варианты

- **CyberOne** (отсылка к тому , что мы позиционируем себя, как первый номер)
- Fire Arena (типа мы в "огне" , а также жаркие баталии у нас)
- OG CyberClub
- Empire(империя, единство и сплоченность)
- Skilzone (название на сленге геймеров значит место для крутых игроков)
- **WASD** (аббревиатура кнопок для ходьбы в играх)
- GachiGame или GG
- КиберНерпа

Варианты

- **Cyber Legion**
- Player - игрок, игра, доступный легкий английский
- Matrix – матрица
- **LeGAMEon** - игра со словами legion, game, on/off
- Doom у дома (игра слов , персонаж из популярной игры)
- **Cyber Cat** (Все любят кошечек)
- Squad (команда , единство)

Лучшие названия

- CyberOne
- WASD
- Cyber Legion
- Cyber Cat

Фирменный стиль

Фирменный цвет

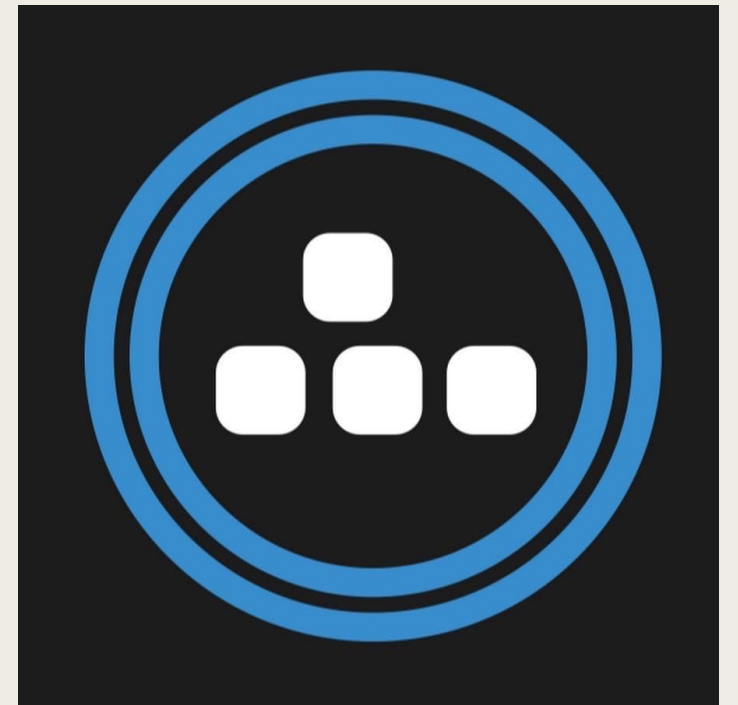
Pantone: фиолетовый цвет

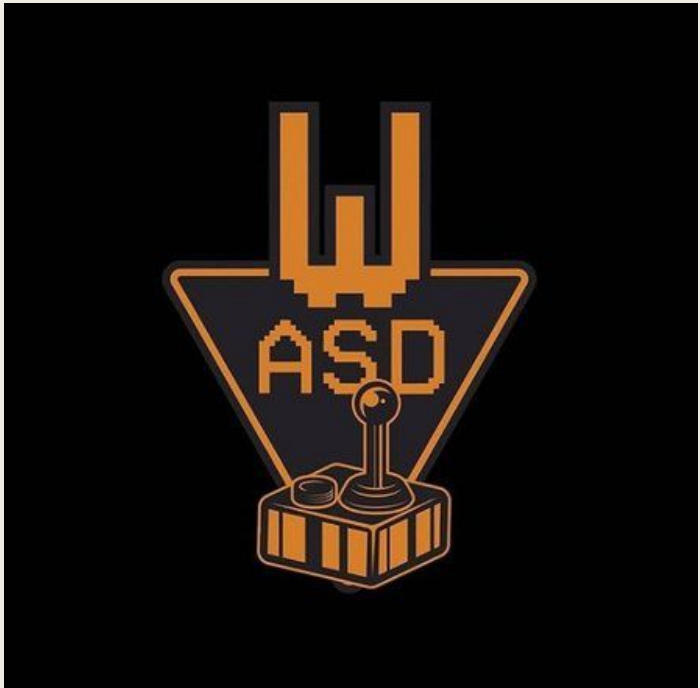
CMYK: 34% , 72%, 0% , 52%

RGB: 80,34,122



Логотип (разработка)





Логотип(финальная версия)

Шрифт: Bauhaus 93



Диджитал носители :

Плакаты и вывески

Внедрение стиля на сайт и оформление аккаунтов в социальных сетях

Форма персонала (футболки , худи , свитшоты)

Коврики для компьютерной мыши

Чехлы для телефонов

Игровые кресла

Ручки , карандаши , часы , пакеты , документация

Фирменный мерч





