



PlayStation®

Alina Cherdakova

Kirill Demochkin

Vasiliy Matutin

Игровой бренд

- Создан Sony Interactive Entertainment 3 декабря 1994 и до сих пор ей принадлежит
- Включает в себя
 - Домашние игровые консоли
 - Медиа-центр
 - Онлайн сервисы
 - Линейки контроллеров
 - Журналы
 - Карманные компьютеры и телефон

Пользователи бренда

- от 12 до 24 лет
- в основном молодые люди
- геймеры
- развито чувство сообщества
- ведут активный образ жизни
- любят простоту использования

5 сил Портера

Угроза со стороны товаров-заменителей - Высокая (3)

- Nintendo, XBOX, PC занимают относительно большую долю на рынке

5 сил Портера

Угрозы внутриотраслевой конкуренции - Средняя (7)

- Небольшое количество игроков на рынке
- Высокий темп роста рынка
- Товар стандартизирован, но отличается по дополнительным преимуществам
- Отсутствует возможность повышения цен

5 сил Портера

Угроза со стороны новых игроков - Средняя (14)

- 2-3 крупных игрока держат 80% рынка
- Доступ к каналам распространения ограничен
- Нет ограничивающих актов со стороны государства
- Крупные игроки не пойдут на снижение цен
- Высокий уровень начальных инвестиций

5 сил Портера

Угроза потери текущих клиентов - Средняя (5)

- Товар частично уникален
- Покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене
- Полная удовлетворенность качеством

5 сил Портера

Угроза потери текущих клиентов - Средняя (5)

- Товар частично уникален
- Покупатель будет переключаться только при значимой разнице в цене
- Полная удовлетворенность качеством

5 сил Портера

Угроза нестабильности поставщиков - Средняя (6)

- высокая приоритетность отрасли для поставщика
- высокие издержки к переключению на других поставщиков
- Незначительное количество поставщиков или монополия

5 сил Портера

Высокая приоритетность отрасли для поставщика

- высокие издержки к переключению на других поставщиков
- Незначительное количество поставщиков или монополия

Концепт (модель 4D) Функциональное измерение

Продукты под брендом Playstation отличаются современным дизайном, расширенной функциональностью (не только игры, но и мультимедиа возможности), высоким качеством и долговечностью

Концепт (модель 4D) Социальное измерение

Playstation укрепляет связи между людьми, помогая создавать сообщества в которых они могут не только реализоваться в работе, но и комфортно отдохнуть.

“Самая социальная консоль. Свобода играть, делиться и общаться со всем игровым миром.”

© playstation.com

Концепт (модель 4D) Духовное измерение

“С 1995 года мы доставили тысячи удивительных игр и захватывающих приключений пользователям со всей планеты, и отправили игроков в мир, где *вся вселенная находится у них в руках*. Сегодня ... мы прокладываем путь в будущее развлекательных систем, игр и приложений. ”

© playstation.com

Концепт (модель 4D) Ментальное измерение

Любям нравится Playstation. “Они как хороший друг. У нас одни ценности, жизненные установки и нам нравится веселиться.”

“Мы стремимся к снижению воздействия продуктов PlayStation на окружающую среду, начиная от материалов и упаковки, которые мы используем, и до работ в наших офисах и региональных центрах.”

© playstation.com

Профиль бренда Стадии становления

Актуальность	“Новые стандарты домашних развлечений”
Дифференциация	Инновационность
Уважение	Качественный продукт Постоянное развитие
Знание	...



Колесо бренда

Атрибуты

популярный

вызывает много
воспоминаний

современный
постоянно
развивается

японский

Колесо бренда

Преимущества

хорошая
графика и
качество в
целом

большой выбор
игр

удобный

Колесо бренда Ценности

наслаждение
жизнью

расширение
границ
реальности

взаимодействие

Колесо бренда

Личность

любит
инновации

активный член
игрового
сообщества

весёлый,
беззаботный

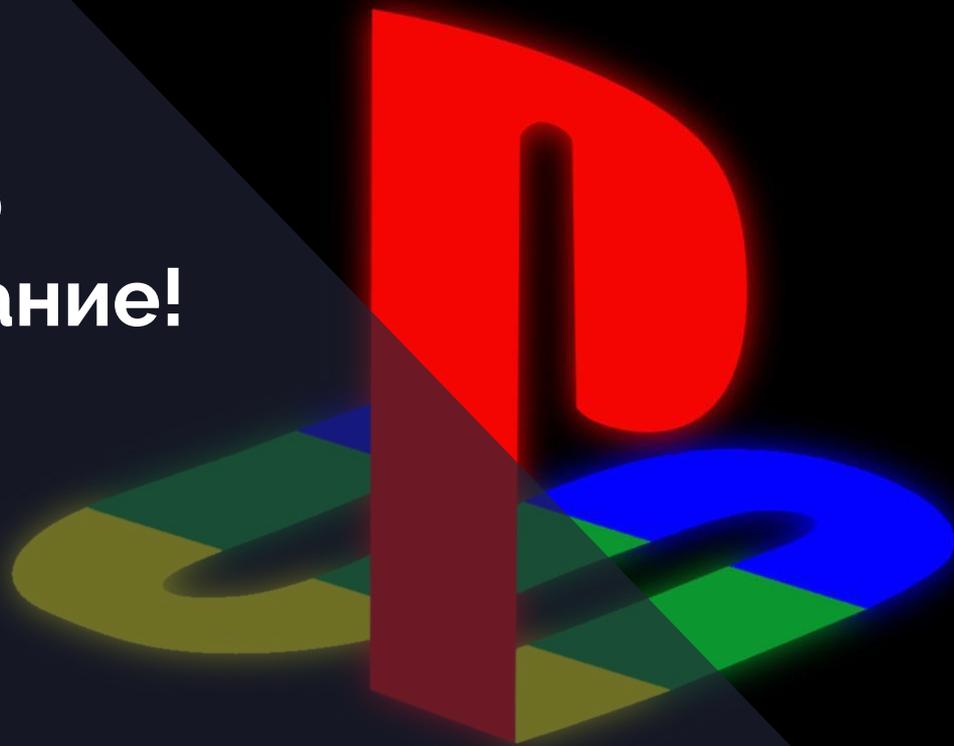
Колесо бренда

Суть бренда



новые высокие
стандарты
развлечений

Спасибо
за внимание!



PlayStation™