



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

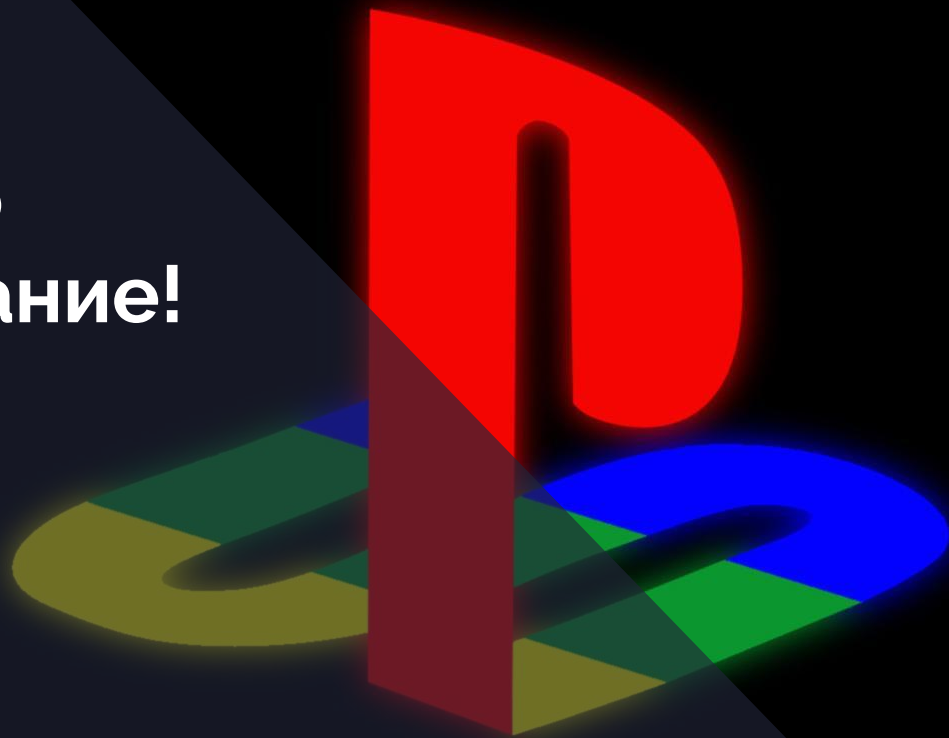
## Колесо бренда

### Суть бренда



новые высокие  
стандарты  
развлечений

Спасибо  
за внимание!



PlayStation™