

plenum BRAND
CONSULTANCY

БРЕНД-ИНСТРУКЦИЯ ПО ВЫПЕЧКЕ

ПЕНЗА, 2013

WWW.PLENUM.RU

Об агенстве

- ▶ Пленум – ведущее агентство, специализирующееся на разработке и развитии непродуктовых брендов. Основано в 2006 году.
- ▶ Клиенты – крупный и средний российский бизнес, работающий в индустриальном секторе, финансах, ритейле, торговле и сфере услуг.

Сферы деятельности

- ▶ Разработка и реализация бренд-стратегий.
- ▶ Создание и корректировка бренд-платформ.
- ▶ Разработка коммуникационных стратегий.
- ▶ Проектировка и внедрение сетевых ритейл-брендов.
- ▶ Разработка и структурирование визуальных систем для брендов.
- ▶ Разработка и внедрение уникальных моделей клиентского опыта.
- ▶ Интегрирование бренда в маркетинговый комплекс компании.

«Большие» клиенты



БУКМЕКЕРСКАЯ КОМПАНИЯ



Delivery Club



Delivery Club



Delivery Club



Delivery Club



Delivery Club – крупнейший в России агрегатор доставки еды.

Задача

Компания обратилась в агентство «Пленум» с задачей по разработке позиционирования и платформы бренда – без них невозможен запуск интегрированной рекламной кампании.



Задача

Разработать и запустить новый бренд российской платёжной системы, который хорошо решал бы свои задачи как на внутреннем, так и на внешних рынках.

Решение

Позиционирование бренда «Технология доверия» фиксирует и выгоды бренда, и его миссию — изменить положение вещей на рынке платёжных систем за счёт создания продукта, который сможет заслужить и каждый день оправдывать доверие потребителей.



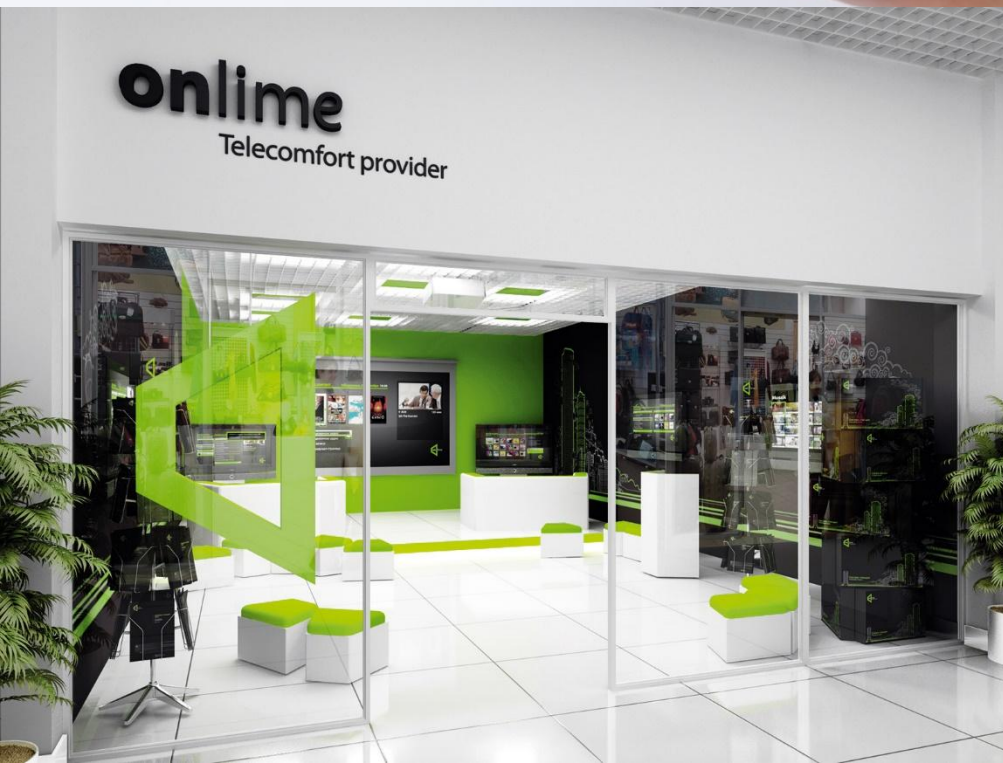
Задача

Разработка и запуск нового бренда провайдера услуг triple play.

Решение

Бренд предлагает не просто «домашний интернет», а ответ на естественную потребность современного горожанина пользоваться сразу всеми преимуществами телекоммуникаций.

Бренд-стратегия «Провайдер телекомфорта» была успешно реализована, и сейчас «Онлайн» является частью большой семьи холдинга «Ростелеком» с абонентской базой более 3 млн абонентов.





TELE2

Задачей стало создание универсальной визуальной системы, а также разработка универсального графического инструментария, с помощью которого дизайнеры (и недизайнеры) смогут быстро создавать рекламу в единой стилистике.

Результат

В результате клиент получил не просто обновленный стиль, а гибкий дизайн-конструктор.



Союз надёжных производителей

4 ДРУГА

В знаке объединились контур цифры «4» и стилизованное изображение корзины для покупок с продуктами «четырёх друзей».

Задачей стала разработка позиционирования, названия, фирменного стиля и концепции оформления магазинов.

Стратегия

Сеть «4 друга» было решено спозиционировать как «Союз надёжных поставщиков свежей продукции», тем самым продемонстрировав, что новый проект это объединение производителей и поставщиков, которым безразличны идеи экологии, здорового питания и свежих продуктов.

Нейминг

Имя сети рассказывает историю о «четырёх друзьях» — мяснике, пекаре, молочнике и зеленщике, которые объединились, чтобы покупатели могли приходить за свежими продуктами в один магазин.

Истории

Формат суши-баров очень удобен — не надо, желая сэкономить, заказывать себе суши-сету — просто заказываешь по паре суши и говоришь «хватит», когда чувство голода пропадает.

