



HOME IN VIENNA

БРИФ НА РАЗРАБОТКУ АЙДЕНТИКИ ВЕНСКИХ КОФЕЕН COFFEESHOP COMPANY В МОСКВЕ

Анна Агапова факультет Стратегии АК Wordshop, 2016 год

Описание заведения

Глобальный бренд:

- сеть венских кофеен премиум-класса
- часть группы компаний «Schärf Group» (Австрия)
- насчитывается более 250 кофеен в 20 странах мира

В Москве:

- единственная сеть **венских** кофеен
- открыто **более 20** кофеен
- существует 3 концепции:
 - **Lounge** - 1 этаж зданий на оживлённых улицах
 - **Base** - островные кофейни в крупных торговых комплексах и бизнес-центрах
 - **TO GO!** - кофе с собой, в местах интенсивных потоков людей



CSC & Палкинъ



Сильные/слабые стороны

Венские вафли и венский кофе расходятся на ура. Посетителям интересно узнать, что такое венская кофейня, представить, будто они в Вене.

- Официант *Coffeeshop Company* на Арбате

Некоторые гости заходят, садятся за столик и начинают листать меню, а затем вдруг подзывают и испуганно спрашивают:
«А, это не Шоколадница что ли?»

- Официант *Coffeeshop Company* на Арбате

Цели ребрендинга

- Обрести позиционирование
- Дифференцироваться от конкурентов
- Увеличить число лояльных посетителей

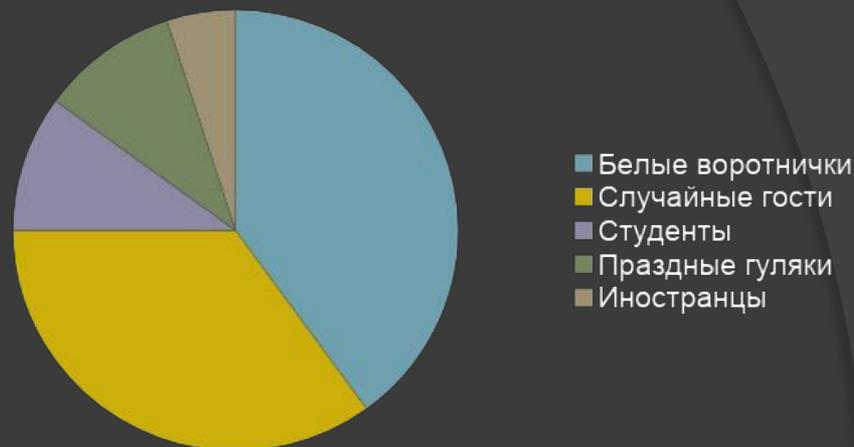
Анализ аудитории

5 сегментов:

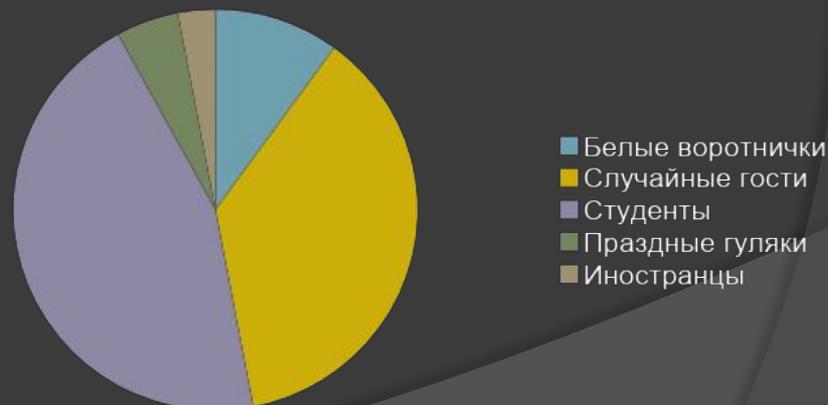
- белые воротнички
- студенты
- иностранцы
- праздные гуляки
- случайные гости

Соотношение сегментов
меняется в зависимости
от расположения.

Посетители Coffeeshop Company на Арбате



Посетители Coffeeshop Company в ТЦ
«Капитолий Вернадского»



Источник: официанты кофеен

ЦА 1: Белые воротнички

 **Михаил Зуев** в Венская Кофейня.
6 мая 2014 г. · 🌐

Кофе с Boris Titov
Минэкономразвития решило, что бизнес-омбудсмену неприкосновенность не нужна.
Борис Юрьевич же считает, что без нее он попадает в "зону риска"

Бизнес-омбудсмена оставляют в зоне риска
Минэкономки выступило против наделения уполномоченного неприкоснов...



4 отметок «Нравится»



 **Денис Марков** в Coffeeshop Company.
13 мая 2015 г. · Instagram · 🌐

Совет директоров названной компании



6 отметок «Нравится» · Комментарии: 1

👍 Нравится 🗨️ Комментарий ➦ Поделиться

- Частые гости
- Работают поблизости
- Берут кофе с собой утром

- Заходят на ланч/кофе брейк
- Работают, проводят встречи и совещания
- Не смотрят на цены и не считают денег

ЦА 2: Студенты



- Coffeshop Company посещают студенты побогаче, в отличие от Starbucks, Шоколадницы и пр.
- Учатся, готовятся к занятиям
- Прогуливают пары
- Берут кофе с собой перед парами и на переменах



Джавид Гусейнов добавил 2 новых фото — с Leyla Abd в Венская Кофейня.
4 декабря 2015 г. · 🌐



8 отметок «Нравится»

👍 Нравится

➦ Поделиться

Инсайт:

«Мне нужно место рядом с работой/учёбой, где можно подолгу и с комфортом заниматься своими делами, но в кафе неудобно, а в коворкингах нет возможности общаться и нечем перекусить»

Основная идея бренда:

Coffeeshop Company –
кофейня-личный кабинет

Reasons to believe

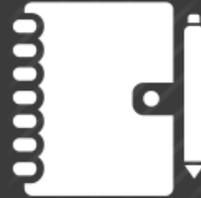


бизнес-ланчи от CSC и ресторанов «Палкинъ»



комфортная мебель и розетки у каждого столика, wifi

Reasons to believe



ноутбуки, зарядные устройства, канцелярские принадлежности по требованию для обладателей карты лояльности



мобильное приложение с дополнительными сервисами



партнёрство с крупными мероприятиями для бизнеса

Характер бренда: девушка-секретарь



Бекки («Стажёр»)

Ответственный



Доброжелательный



Милый

Обзор айдентики в категории



Айдентика Coffeeshop Company



Логотип

- а) круглый, как и у большинства сетевых кофеен
- б) неброский, вызывает ассоциации со Starbucks
- в) имеет смысл*, который не считывается

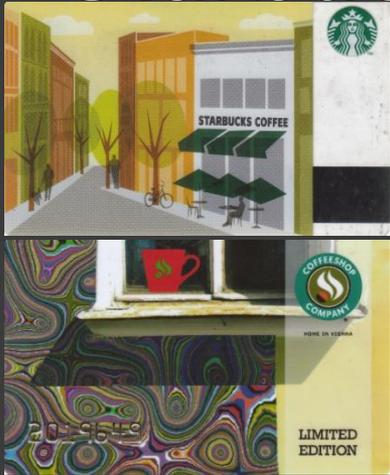
**Цветовая гамма, используемая в логотипе Coffeeshop Company, имеет определенное значение:*

Зеленый — свежая листва кофейного дерева, так же свежее кофейное зерно.

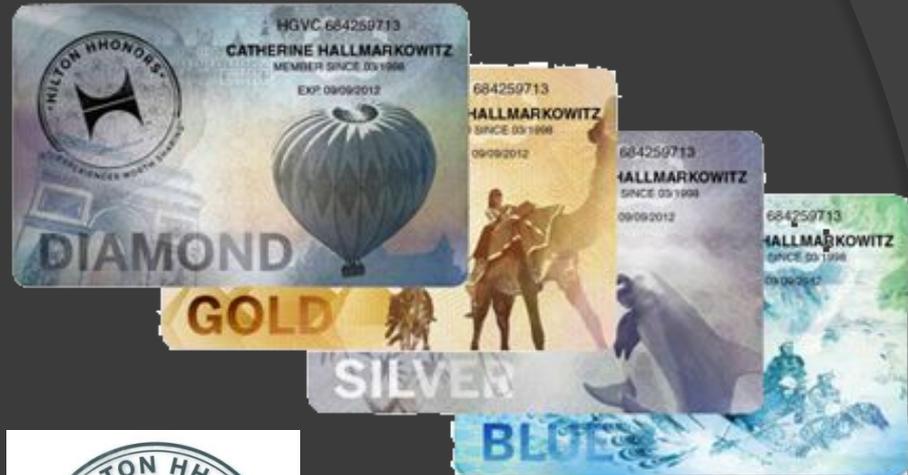
Красный — созревшая ягода кофе; пламя, в котором обжариваются зерна.

Черный — обжаренное кофейное зерно, так же земля, в которой растут корни кофейного дерева.

Coffeeshop Company vs. Starbucks



Референсы: Hilton HHonors



LIMITED EXCLUSIVE HILTON OFFER FOR SAA VOYAGER MEMBERS
UPGRADE YOUR HHONORS MEMBERSHIP STATUS TO GOLD

Ожидаемый результат

- ◎ Айдентика Coffeeshop Company, которая
 - Отразит новую суть и характер бренда
 - Выделит бренд в категории
 - Будет запоминающейся
 - Не будет перетягивать на себя внимание на брендированных подарках для лояльных клиентов

Список носителей

Обязательные:

- Логотип (цветовое, шрифтовое решение, фирменные блоки)
- Деловая документация
- Стилистика рекламы (билборды/макеты в прессу А4)
- Сувениры (кружки, блокноты и ручки)

Дополнительные:

- Оформление основных зон
- Вывеска и витрины
- Форма персонала
- Меню
- Посуда
- Сайт
- Мобильное приложение
- Бонусные карты
- Обои рабочего стола на прокатных ноутбуках
- Свежие идеи приветствуются

Сроки

- ⦿ Я на связи 24/7
- ⦿ Внутренние ревью – 1 раз в 3 недели
- ⦿ Финальный срок сдачи:

8 (905) 765-07-44

E-mail: anna.o.agarova@gmail.com

Fb: Анна Агапова (/kaptain.orange)

Вк: [kaptain_orange](#)

Skype: [kaptainorange](#)

Спасибо за внимание!