

БРЕНДИ БРЕНДИНГ

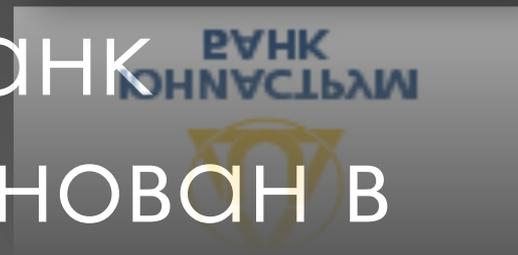
Подготовила Селькова
Валерия

Юниаструм банк



**ЮНИАСТРУМ
БАНК**

ИСТОРИЯ БАНКА



★ Коммерческий банк «Юниаструм банк» основан в 1994 году.

★ Дата регистрации в ЦБ РФ- 31 марта 1994 года, генеральная лицензия ЦБ РФ №2771 от 5 мая 2005 года.



Рейтинг банков

Рейтинг составлен на основе данных, подготовленных для ИА «Банки.ру» агентством «Интерфакс-ЦЭА».

место	банк	Активы- нетто, тыс. руб.
39	МОСКОВСКИЙ КРЕДИТНЫЙ БАНК	62 664 026
40	СВЕДБАНК	61 889 453
41	КМБ БАНК	59 344 436
42	КРЕДИТ ЕВРОПА БАНК	58 935 379
43	ДЕЛЬТАКРЕДИТ	57 480 147
44	ПРОБИЗНЕС БАНК	54 701 560
45	ЮНИАСТРУМ	53 549 852
46	ТРАНСКАПИТАЛБАНК	53 378 644
47	БАЛТИЙСКИЙ БАНК	53 151 114
48	НАЦИОНАЛЬНЫЙ РЕЗЕРВНЫЙ БАНК	52 548 375
49	БНП ПАРИБА БАНК	51 877 318
50	ГЛОБЭКС	50 138 266

Цвета на логотипе

Желтый – лучше всего привлекает внимание, при этом данный цвет дольше всех сохраняется в памяти.

Синий – ассоциируется с гармонией, внутренним спокойствием.

Белый - связан с чистотой.

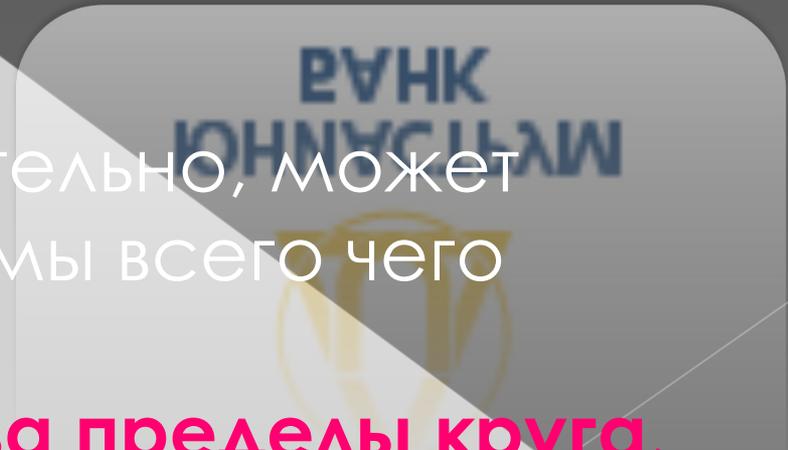


ФОРМЫ В ЛОГОТИПЕ

Равносторонний **треугольник**, смотрящий вверх, символизирует мужское начало, власть и благополучие.

Круг идеален, а, следовательно, может использоваться для рекламы всего чего угодно.

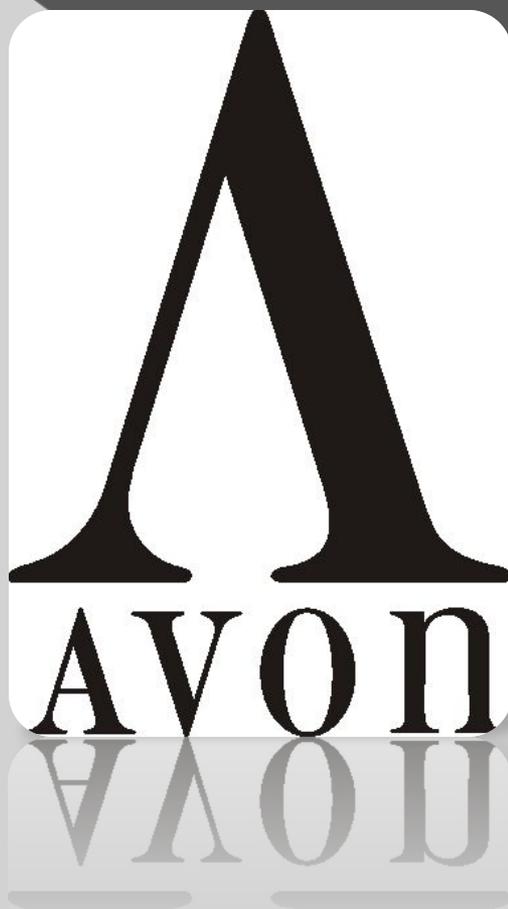
Треугольник, выходящий за пределы круга, символизирует неограниченность возможностей.



Дайте вашим деньгам поработать на Вас!!!

По способу изложения	Абстрактный
По цели рекламной кампании	Корпоративный
Включение имени бренда	Свободный радикал
Информативность	Вашим деньгам-говорит о том, что деятельность предприятия связана с проведением денежных операций
Художественные приемы	Олицетворение

Косметика AVON



ИСТОРИЯ AVON

★ Основатель компании -
Дэйвид МакКоннелл

★ Официальный год
основания – 1886, место
основания – Америка, штат
Калифорния.



Рейтинг косметики

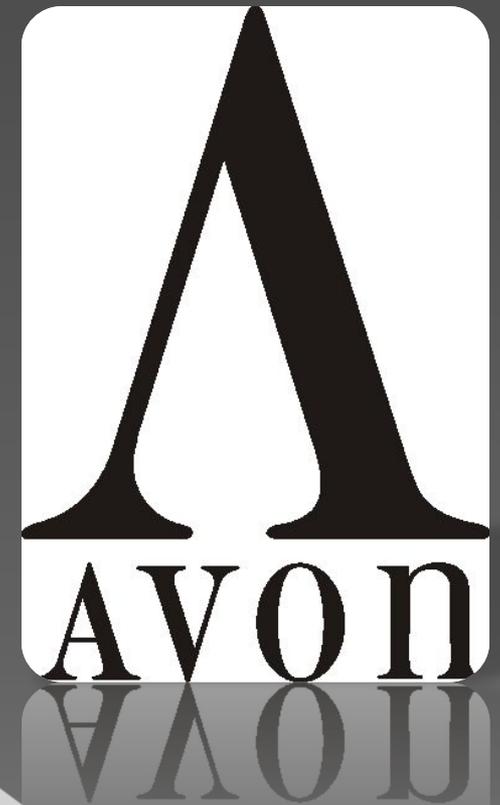
Рейтинг
натуральности
косметики.
Первоначальн
ый источник:
http://www.scicosmetics.ru/dopolnitelnie_materiali/kosmeticheskaya_ekologiya/

место	Фирмы, бренды (продавцы)	Средние значения критерия химизации, Кхср
118	ROC	0,86
119	Margiray	0,87
120	Esthe Lauder, Darphin	0,88
121	La Roche-Posay	0,89
122	Ericson Laboratoire	0,9
123	Holy Land Cosmetics	0,9
124	Avon	0,92
125	Kerstin Florian	0,92
126	Olay	0,92
127	Faberlik, OAO	0,93
128	Yves Rocher	0,95

Цвета на логотипе

Белый - связан с чистотой.

Черный – траур, беда, стройность. Черный обладает способностью поглощать объем. Этот цвет легко скрывает все недостатки, делает что-то незаметным.



Улыбнись новому дню!!!

По способу изложения	Абстрактный
По цели рекламной кампании	Корпоративный
Включение имени бренда	Свободный радикал
Информативность	Новому дню, наверно, говорит о новаторских идеях компании
Художественные приемы	Олицетворение

Презервативы DUREX



ИСТОРИЯ DUREX



★ «Название Durex происходит от трех основных атрибутов продукта – прочности (durability), надежности (reliability) и высокого качества (excellence)...»

★ 1915 Мистер Джексон основал London Rubber Company (Лондонскую резиновую компанию).



Рейтинг презервативов

У крупнейшего мирового производителя кондомов - фирмы Durex - рейтинг довольно низкий из-за цены. Фирма Durex выпустила первые презервативы из полиуретана. Этот материал гораздо прочнее латекса, и к тому же обладает лучшей теплопроводностью.

Цвета на логотипе

Синий –
ассоциируется с
гармонией,
внутренним
спокойствием.

Белый - связан с
чистотой.



Формы в логотипе

Поскольку **овал** имитирует собой яйцо, то есть нечто новое, в человеческом сознании он связан с новыми веяниями. С точки зрения рекламы, это означает, что овал наилучшим образом подходит для продвижения на рынок принципиально новых продуктов.



Durex. Новое измерение комфорта

По способу изложения	Абстрактный
По цели рекламной кампании	Корпоративный
Включение имени бренда	Включено
Информативность	
Художественные приемы	

P.S.

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!!!**