
**Сделаем
сегодня НОВЫЙ шаг
с *Asahi Super Dry* !**

В уважаемой и любимой России

**Что за бренд *Asahi Super Dry* ?
Что обещает покупателю *Asahi Super Dry* ?
Что дает покупателю вкус «*karakuchi*» (сухое)?
Вы можете ответить на эти вопросы?**

**С момента появления
Asahi Super Dry в 1987 г.
ценители пива остановили свой выбор на этом бренде.
Asahi Super Dry занял твердые позиции
на рынке пива.**

**Сегодня от нас ждут
улучшения индивидуального качества *Asahi Super Dry*,
более прочных связей с покупателем,
превращения *Asahi Super Dry*
в реально сильный и незаменимый бренд.**

**Поэтому сегодня мы расскажем
о светлом будущем, ожидающем вас и
Asahi Super Dry,
и о том, что нужно знать для этого.**

Правильное понимание бренда

«Ошибочное
представление о бренде»

«Суть бренда»

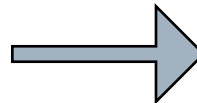
Дорогие европейские
товары (одежда, ювелирные
изделия)

Бренд – это товар

Логотип и товарный знак

Плоды рекламных кампаний
или акций
(результат маркетинга)

Направленность только на
покупателя



Брендом может быть всё, что ценит
покупатель

Фирма также может стать брендом

Бренд – это ценности и
мировоззрение, ассоциируемые с
логотипом и товарным знаком

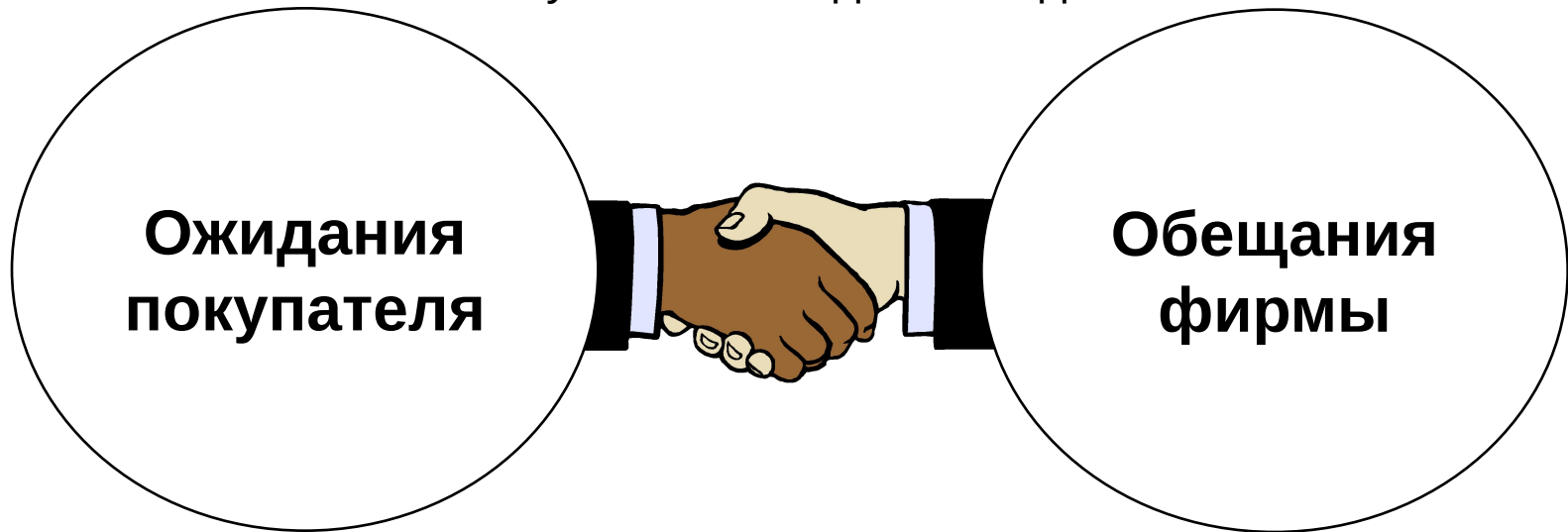
Бренд создается каждым
действием фирмы (исходная точка
менеджмента)

Бренд может стать
центростремительной силой не
только для покупателя, но и для
сотрудников и дистрибьютеров
Асахи

Сильный бренд рождается от крепких «связей» фирмы

и покупателя.

Важно показать, ЧТО фирма обещает покупателю своим брендом, и никогда не обманывать его ожидания. Таким образом появляется доверие, и рождаются крепкие «связи» с покупателем на долгие годы.



для покупателя

для фирмы

«Привязанность»

- Любовь к нему
- Сам выбор доставляет удовольствие
- Самовыражение

Третья
стадия

«Корпоративная цель»

- Символ цели корпоративной деятельности, обещания покупателю

«Доверие»

- Он не подведет
- Избегать риска при выборе

Вторая
стадия

«Гарантия качества»

- Гарантия надежности, качества товара и услуг

«Познание»

- Знаю его, он известный
- Упрощает процесс выбора

Первая
стадия

«Различительная функция»

- Название бренда, отличное от товаров других фирм

Составляющие ценности *Asahi Super Dry*

Отличительная черта товара Отличительная черта *Asahi Super Dry*.

Начало создания качеств бренда.

- «karakuchi» (сухое)
- интенсивное брожение
- сухое пиво
- живое пиво (без стерилизации)
- традиционный способ пивоварения

Функциональные ценности Функциональный эффект, предлагаемый *Asahi Super Dry*.

- изысканный прозрачный вкус
- отчетливый смелый вкус
- острота ощущений при глотании
- не надоедает в большом количестве
- подходит к любым блюдам

Эмоциональные ценности Чувства и настроение, вызываемые *Asahi Super Dry*. Источник эмоциональных «связей» с покупателем.

- освежающие
- бодрящие
- тонизирующие
- активизирующие наш дух
- радующие

Личные качества Личные качества, выражаемые *Asahi Super Dry*.

- всегда оптимистичен
 - активен и энергичен
 - талантлив
 - профессионален
 - интеллигентен
 - Стремится к самореализации
-

1.Отличительная черта товара / 2.Функциональные ценности

Изысканный прозрачный вкус «Karakuchi» (сухое).

Отчетливый, резкий, освежающий вкус.

Первое в мире пиво «karakuchi» (сухое). Первый в мире удивительный вкус.

Asahi Super Dry – первое в мире сухое живое пиво, родившееся от желания ценителей пива: «Мы хотим более отчетливого, более сухого вкуса!» Интенсивное брожение, свойственное осторожно выбранной из нескольких сотен видов заквасок – закваске №318 (название:закваска «karakuchi») и наша оригинальная технология, усиливающая степень брожения (уменьшающая количество неброженного экстракта), делают вкус *Asahi Super Dry* отчетливым и освежающим.

«Karakuchi» (сухое) – любимый вкус народов мира.

Вино, водка, даже sake нам привычно сухое. Народы мира предпочитают освежающий, отчетливый вкус «karakuchi» (сухое). Это символ кулинарной культуры мира.

Ненадоедающий вкус даже в большом количестве.

Острота ощущения при глотании и освежающий вкус. Нет ничего лишнего или мутного. Чистый прозрачный вкус. И сильный стимул. Эти характеристики «karakuchi» (сухое) реализовали вкус, который никогда не надоедает даже в большом количестве, и чего давно ждали любители пива.

Подходит к любым блюдам.

Светлое на вкус. Свежее ощущение при глотании. И ничего не остается во рту кроме свежести. «Изысканный прозрачный вкус» не помешает наслаждаться утонченным вкусом блюд. Наоборот, сбалансированный вкус «karakuchi» (сухое) подчеркивает вкусовые качества блюд.

Эмоциональные ценности

Вкус «karakuchi» (сухое) приносит свежесть, поднимает настроение и «активизирует» наш дух и тело.

***Asahi Super Dry* – пиво, приносящее нам свежесть и приподнятое настроение.**

Отчетливый резкий стимул и освежающий вкус *Asahi Super Dry* дарят свежесть и поднимают настроение. Это ощущение удовлетворенности придает новые силы.. Пива с таким энергичным вкусом больше нигде не найти. Такое пиво -только *Asahi Super Dry*.

***Asahi Super Dry* – символ активизации 21-го века!**

«Активизация» духа и тела – важная тема жизни. *Asahi Super Dry* не только расслабляет людей и дарит удовольствие для души и тела, но и поощряет их и повышает их активность. Можно называть его «активизирующим напитком». Это единственное пиво, отвечающее необходимости в новой активизации, оживляющее индивидуальные способности человека. Каждым днем *Asahi Super Dry* станет более сильным брендом, поддерживающим новый шаг и активность каждого покупателя. Оно станет символом активного 21-го века.

И в Японии и в мире расширяем рынок!

Япония занимает 7-е место в мире по производству пива (на 2004г.). Как бренд номер 1 в этой стране и как 9-й бренд в мире (на 2004г.) *Asahi Super Dry* должен расширить рынок и наполнить его радостью. Это обязанность *Asahi Super Dry* как лидирующего бренда. Широко любимый в мире *Asahi Super Dry* в качестве представителя сухого живого пива поставил целью расширение мирового рынка.

Личные качества

Лидировать, двигаясь вперед со всей настойчивостью. Эта индивидуальность и есть *Asahi Super Dry*.

Сильный бренд имеет личные качества, то есть личность как у людей. И эта личность, вызывая симпатию у покупателя, в итоге находит поклонников бренда.

Какие личные качества у *Asahi Super Dry*?

Общественная значимость *Asahi Super Dry* как лидирующего бренда на рынке заключается в поддержке воли оптимистов и энергично действующих людей. Главным образом, *Asahi Super Dry* нацелен на передовую прослойку общества, выполняющую ответственную работу, смело делая новые шаги во всех областях. Постоянная работа над собой для самореализации. Стратегически действовать, проявляя лидерство. Профессионализм и гордое движение вперед! Личные качества таких людей сильно отражаются в *Asahi Super Dry*, приносящем свежесть и приподнятое настроение, активизирующем наш дух и тело.

Восемь компонентов личности

Asahi Super Dry

Новые попытки

Сохраняя готовность, продолжать настойчивые попытки реализовать мечту.

Реформа

Быть вне власти существующих представлений и действовать для реформы

Профессионализм

Усердный профессионализм, подкрепленный своей активной деятельностью

Воля и убеждения

Твердая воля и оригинальность. Действовать с убежденностью.

Чувство достижения

Счастье, удовлетворенность, получаемые от достижения цели

Лидерство

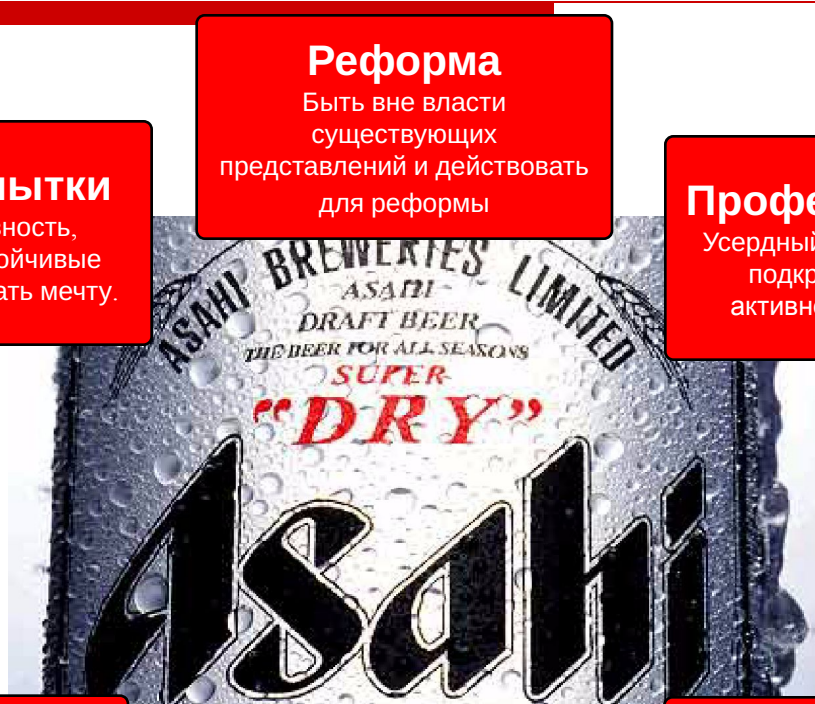
Стоя на передовой, вести за собой людей.

Широкомасштабные энергичные действия

Активное участие в глобальной деятельности.

Интеллект и изыск

Самые передовые в эпохе - гибкая интеллектуальность и изысканный стиль



Происхождение вкуса

Откроем вам секреты вкуса *Asahi Super Dry*.

Asahi Super Dry дебютировал в 1987-м году как первое в Японии пиво «karakuchi» (сухое). С тех пор он распространял новый вкус пива и, вместе с тем, радость. Сегодня его вкус считается нормой.

Почему его поддерживали и поддерживают разные поколения?

Почему его чаще и чаще выбирают требовательные профессионалы - рестораторы?

У вкуса *Asahi Super Dry* есть три секрета: «закваска», «ингредиенты» и «способ приготовления».

Происхождение вкуса «Закваска»

Закваска для *Asahi Super Dry*, редчайшая «закваска Асахи номер 318», обладает неординарной способностью брожения и ароматической особенностью, придающей пиву благородный изысканный вкус. Она делает вкус прозрачным, совершенным.

Но закваска – тончайшее живое существо, ее состояние постоянно меняется в ходе брожения. От пивоварни требуется технология, создающая самые подходящие условия, в которых закваска смогла бы максимально проявить свою природу. Мы постоянно разрабатываем новые технологии для получения «изысканного прозрачного вкуса «karakuchi» (сухое)».

Происхождение вкуса «Ингредиенты»

Существуют определенные условия для «солода», реализующего интенсивное брожение *Asahi Super Dry*: начиная с сорта и места разведения ячменя и до производства ячменя (заставить ячмень дать ростки и получить солод). Каждого производителя солода мы подробно инструктируем об условиях производства *Asahi Super Dry* и создаем систему поддержки во всем мире.

Что касается «хмеля», обычно употребляют «мелкий душистый хмель» в незначительном количестве, чтобы придать пиву аромат. Мы же обильно используем его для того, чтобы добиться освежающей благородной горечи, свойственной *Asahi Super Dry*. Это наше требование для достижения «изысканного прозрачного вкуса «karakuchi» (сухое)» .

Мировое "KARAKUCHI" (сухое)

Создав новый стандарт пива «karakuchi» (сухое), *Asahi Super Dry* активно расширяет круг радостно восклицающих людей: «Ой, как вкусно!» и за рубежом.

Изысканный прозрачный вкус «karakuchi» подходит к любой национальной кухне мира.

Его самобытный вкус за пределами Японии завоевал высокую оценку и имеет поклонников в более чем 40 странах мира.

И в экспорте мы добиваемся отлаженной системы сбыта, чтобы донести до покупателя настоящий вкус *Asahi Super Dry*.
