МЕЛОДИЯ БРЭНДА

Данная презентация описывает сущность и показывает преимущества совершенно новой системы брэндинга – Мелодии Брэнда.

Система разработана агентством «Создатель» на основе самых современных западных достижений, а также своего многолетнего опыта работы на российском рынке.

МЕЛОДИЯ БРЭНДА
АГЕНТСТВО СОЗДАТЕЛЬ

Агентство «Создатель» - одно из ведущих российских агентств в области современного креативного брэндинга.

Нами созданы уникальные инструменты повышения эффективности бизнеса с помощью брэнда: Диаграмма брэнда, Brandfolio, Netbook.

Мы выполняли различные брэндинговые и промо-работы для следующих брэндов:

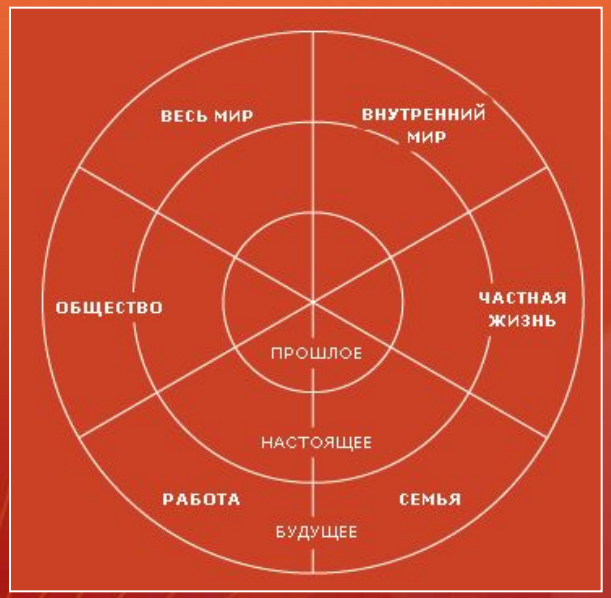
PEPSI
Unilever
SVENTA AG SWITZERLAND
Nestlé
BANG & OLUFSEN
ICN Pharmaceuticals
ЭЛЬДОРАДО
BKG
БЕЛЫЙ ВЕТЕР ЦИФРОВОЙ
SIBUR
ТМК Трубная Металлургическая Компания
Rixos Royal SpA Wellness Center
ФДП ОБЪЕДИНЕННЫЕ КОНСУЛЬТАНТЫ
ГРУППА КОМПАНИЙ РЕГИОН
PRADO
ДЕЛОВАЯ РОССИЯ
IBS
ЗАРУБЕЖНЕФТЬ
TRANSNEFT ТРАНСНЕФТЬ
IRISoft
MANGO TELECOM
Intersoft Lab Intersoft Company Group
DANTEX
САН Интербрю
СТРАХОВАЯ КОМПАНИЯ СИБИРЬ
Бизнес Связь ХОЛДИНГ

МЕЛОДИЯ БРЭНДА
АГЕНТСТВО СОЗДАТЕЛЬ

Основа Мелодии

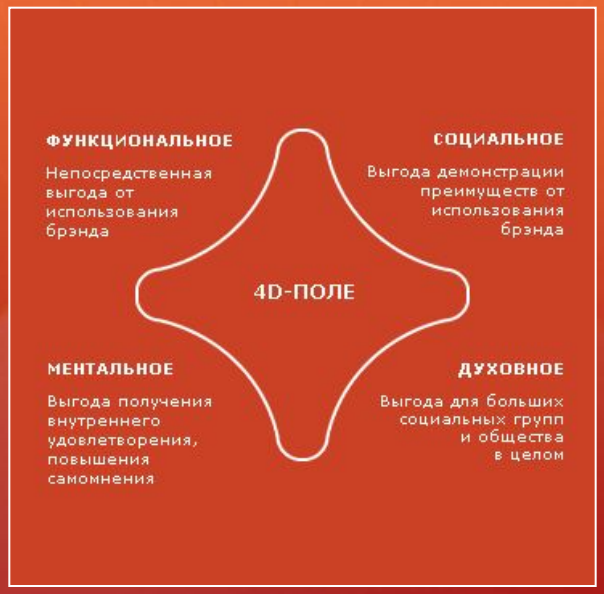
Мелодия Брэнда представляет последнее поколение брэндинговых систем, направленных на усовершенствование эффективности и прибыльности корпоративных и товарных брэндов.

В основе системы лежат следующие основные составляющие:



«Диаграмма Брэнда»

Создатель



«4D Поле».

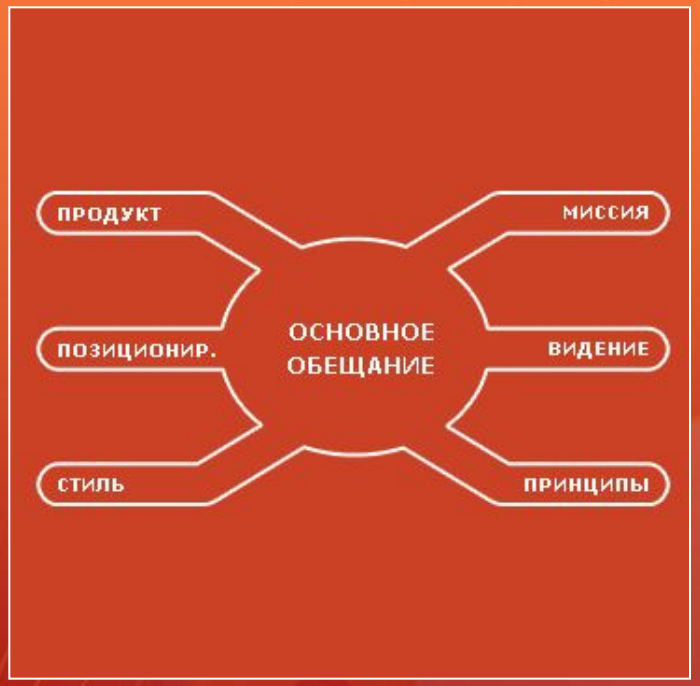
Томас Гэд

«Сенсорный Пентагон»

Мартин Линдстром

Основа Мелодии

Также в Мелодии Брэнда используются лучшие принципы Брэнд-кода и 10-ступенчатого брэндинга Германа:



«Брэнд-код»

Томас Гэд.

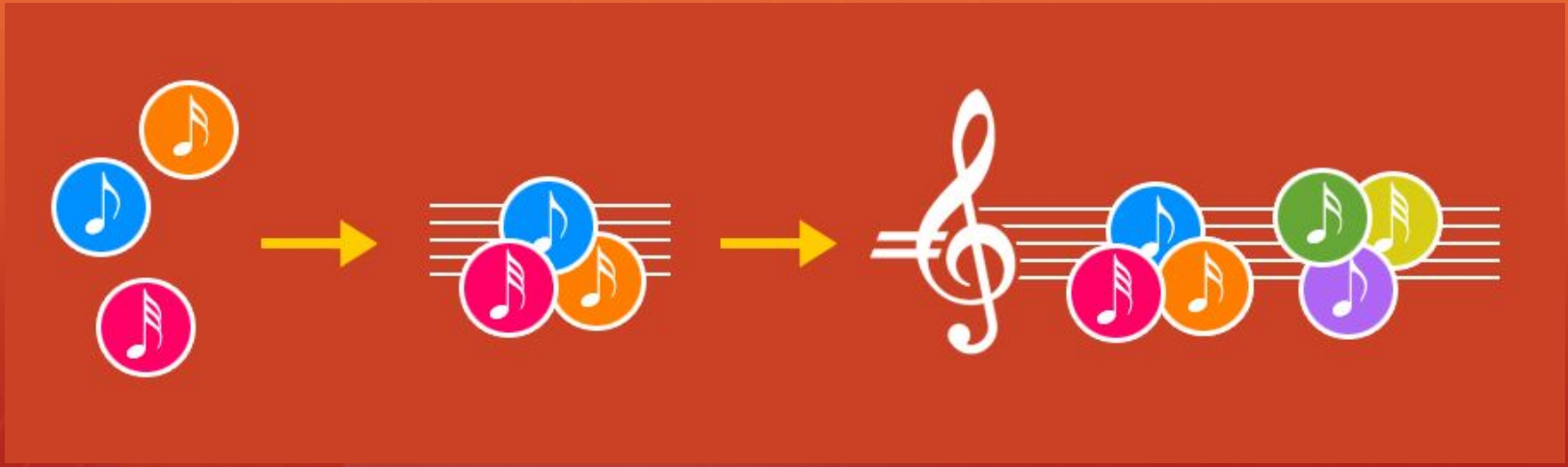
«10 ступеней»

Дан Герман

Состав Мелодии

Мелодия брэнда включает в себя:

Ноты брэнда и Аккорды брэнда



Ноты Брэнда Аккорды Брэнда Мелодия Брэнда

Ноты Брэнда

«Ноты» брэнда – это своего рода поля взаимодействия товара и потребителя. Нами используются следующие семь нот:

1. Экономия ресурса, удобство использования
2. Чувствование, ощущение, удовольствие от взаимодействия
3. Опора на привычные знания о мире, поддержка имеющегося опыта
4. Изменение внутренней опоры, получение новых знаний и опыта
5. Надежда на чудо, волшебство, реализация мечты
6. Демонстрация обладания или социальной принадлежности
7. Побуждение к действию

Ноты Брэнда

«Ноты» брэнда подразделяются на три уровня:

Восприятие	Экономия ресурса Чувствование, ощущение
Оценка	Опора на привычные знания о мире Изменение внутренней опоры Надежда на чудо, волшебство
Действие	Демонстрация Побуждение к действию

Экономия ресурса, удобство использования

Воспринимаемая разумом полезность брэнда. Отвечает на вопрос: как товар поможет сэкономить время или иной ресурс, насколько он удобен и практичен, применим для выполнения своей функции.

Чувствование, ощущение, удовольствие от взаимодействия

Связь брэнда с миром чувств и ощущений. Как товар доставляет удовольствие и наслаждение, через какие органы чувств это происходит. Какова сенсорная карта - общее чувственное восприятие брэнда.

Ноты Брэнда

Опора на привычные знания о мире, поддержка имеющегося опыта

Брэнд как опора привычного образа жизни. Основывается на имеющихся знаниях о мире, полученном жизненном опыте, привычном образе жизни. Классический, консервативный, успокаивающий, уменьшающий неопределённость атрибут брэнда.

Ноты Брэнда

Изменение внутренней опоры,
получение новых знаний и опыта

Брэнд как способ получения нового: новых знаний, новых ощущений, нового внутреннего позиционирования. Для тех, кто хочет и любит меняться. Атрибут брэнда, отвечающий за инновационность, моду, развитие и движение вперёд.

МЕЛОДИЯ БРЭНДА
АГЕНТСТВО СОЗДАТЕЛЬ

Ноты Брэнда

Надежда на чудо, волшебство, реализация мечты

Брэнд как надежда на чудо. Атрибут работает в поле мечты, неуловимых желаний счастья, нерационального и волшебного. Того, что не должно быть, но очень хочется, чтобы произошло, случилось.

Демонстрация обладания или социальной принадлежности

Социальный атрибут брэнда. Отвечает за проявление себя в социальной среде или за принадлежность к определённому классу, группе, сообществу. Брэнд в данном случае является символом, с помощью которого потребитель оповещает мир о себе, своём социальном статусе или о желании приобрести данный статус.

Побуждение к действию

Брэнд как определяющий атрибут принятия решений и совершения поступков. Данные поступки и действия могут быть связаны напрямую с брэндом или же лежать в ином поле, где брэнд является дополнительным побуждающим мотивом.

Аккорды и Мелодия Брэнда

Аккорды брэнда состоят из нескольких Нот. Один аккорд – это обещание брэнда, базирующееся на включённых в него нотах.

Несколько аккордов вместе составляют Мелодию Брэнда. Мелодию разделяют на первый (главный) аккорд и дополнительные аккорды. Обычно достаточно трёх аккордов для описания обещаний брэнда.

Примеры Мелодии Брэнда

Пример Мелодии товарного брэнда.
Мелодия для "шоколадного яйца с сюрпризом"

Нота 5 – Надежда на чудо (игрушка - неожиданный сюрприз)

Нота 2 - Чувствование, ощущение, удовольствие (визуальное и тактильное ощущение от игрушки)

Нота 7 – Побуждение к действию (купить ещё, дополнить коллекцию)

Нота 6 – Демонстрация обладания или социальной принадлежности («вот у меня есть» такая игрушка)

Нота 7 – Побуждение к действию (обменяться)

Нота 2 - Чувствование, ощущение, удовольствие (вкус и запах шоколада)

Нота 3 - Опора на привычные знания о мире, поддержка имеющегося опыта (я знаю, что там всегда есть шоколад и игрушка, я люблю такой шоколад и съем его, я точно получу игрушку, меня не обманут)

Примеры Мелодии Брэнда

Пример Мелодии корпоративного брэнда.

Мелодия для «компании по предоставлению бизнес-услуг»:

Нота 3 - Опора на привычные знания о мире, поддержка имеющегося опыта (я знаю что это – хорошая компания, меня не обманут, все будет так же хорошо, как и раньше)

Нота 1 - Экономия ресурса, удобство использования (мне удобно с ними работать, они делают всё быстрее и эффективнее, чем работала бы моя внутренняя служба)

Нота 2 - Чувствование, ощущение, удовольствие (там работаю приятные люди, мне нравятся их улыбки, их отношение к моему мнению, девушки на ресепшене просто восхитительны)

Нота 7 – Побуждение к действию (придти еще раз по любому поводу)

Нота 6 – Демонстрация обладания или социальной принадлежности (я работаю с компанией-лидером, значит я сам лидер)

Нота 7 – Побуждение к действию (посоветовать друзьям)

МЕЛОДИЯ БРЭНДА
АГЕНТСТВО СОЗДАТЕЛЬ

Различные мелодии

У одного брэнда может быть несколько мелодий: рекламная, pr, внутрикорпоративная. Их отличие в том, что они создаются специально под определённую аудиторию – для покупателей, для СМИ, для сотрудников.

Также Мелодия может быть внутренней и демонстративной (внешней). Внутренняя имеет четкие формулировки, необходимые для эффективного управления брэндом. Демонстративная – яркая и захватывающая - предназначена для внешнего мира. Она привлекает внимание потребителей и партнёров, непосредственно продаёт брэнд.

Музыка брэнда

На основе Мелодии брэнда пишется его Музыка.

Музыка брэнда – это руководство по брэнду, выстроенное на фундаменте обещаний Мелодии. В неё входят:

- Миссия
- Видение будущего
- Принципы
- Имидж
- Территория
- Меморандумы

Музыка брэнда – это практическое переложение основы брэндинга, характерное для использования в корпоративной политике компаний. Она является частью хэндбука или полного руководства по брэнду.

Если Вас заинтересовали Мелодия и Музыка Брэнда - будем рады сотрудничеству.

Искренне Ваш, «Создатель».

+7 (495) 649-6540
+7 (495) 231-0884

www.sozdatel.ru
info@sozdatel.ru

creativexpert.livejournal.com
ICQ - 75000760

Раушская набережная, дом 4

МЕЛОДИЯ БРЭНДА
АГЕНТСТВО СОЗДАТЕЛЬ