Со-Общение эксперт | Развитие Общественных Связей Нового Класса | www.soob.ru

«БРЕНД “РОССИЯ”»

БРЕНДИНГ СТРАНЫ: ВЫЗОВ или ОБЕЩАНИЕ?

Второй этап исследования журнала «Со-Общение»

Итоги первого этапа (2006-2008 год)

- “Россия” – это устойчивый бренд.
- “Россия” – *многоликий* и не всегда управляемый бренд.
  - Он требует совершенствования - *постоянной* работы.
  - Сила бренда “Россия” должна и может коваться в России.
  - Брендом “Россия” важно управлять из России.

Вопросы второго этапа (2008 - …)

- “Эта страна” vs “Наша страна”.
- Могут ли сегодня поколения россиян сказать о России: Наша Страна?
- Где она – наша Родина?

Летом 2005 ученики Ефима Островского провели необычную рекламную кампанию…

Эти мечты были реализованы. Ими можно гордиться.

Но – что в будущем?

Фрагмент презентации «Мечтать – это приказ» (Виктор Осипов, Дмитрий Петров)

– Что такое бренд?
– Это – соединённые вместе:

Идеи – знания и утверждения о «хорошем» и «плохом» – *сознательно вложенные людьми* в марки, продукты и процессы;

Чувства, которые создаются у потребителя, инвестора, партнёра, принимающего решение относительно марки, продукта, процесса;

Слова, в которых потребитель, инвестор, партнёр описывает марку, продукт, процесс.

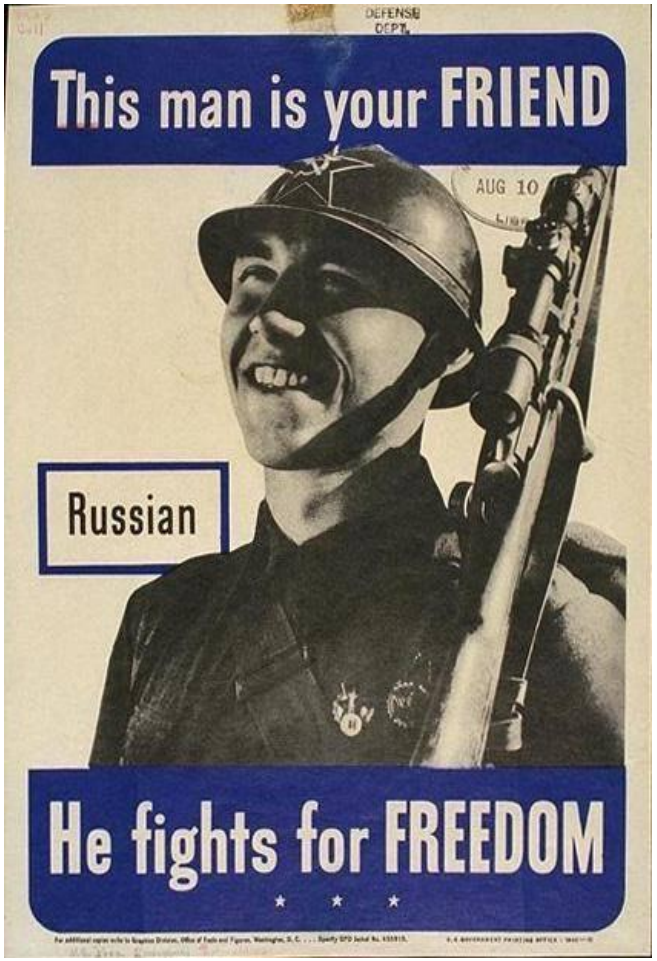
Это справедливо и в отношении целых стран.

– Что такое брендинг?
– Это – управление:

- Идеями, «надетыми» на марки (процессы).
- Созданием эмоций по их поводу.
- Разговором о них: в СМИ, в семье – всюду…

Задачи брендинга: 5 К

- Конвертация ценностей в действия
- Конкурентоспособность (повышение)
- Капитализация (рост)
- Капиталовложения (увеличение объёмов)
- Качество жизни (улучшение)



Конкурируют страны – их истории, культуры, образы – бренды.

И ТУТ – ТОЖЕ ВОПРОСЫ!

- Какие идеи несет Россия – миру?
- Какие идеи несет Россия – себе?
- Кто-нибудь целенаправленно и профессионально управляет чувствами по отношению к России? Пробуждает ли их? Поддерживает? Делает богаче и сильнее?
- Управляет ли кто-нибудь разговором о России?
- Чьими чувствами и чьим разговором о России нужно управлять?
- Кому нужно, чтобы о России говорили? Чтобы по отношению к ней испытывали чувства?
- Какова она – эта Россия? Мы знаем?

Где наш аршин?

Прежде чем браться за создание или развитие бренда, важно подробно описать тот образ, который нужно поселить в любящем сердце потребителя.

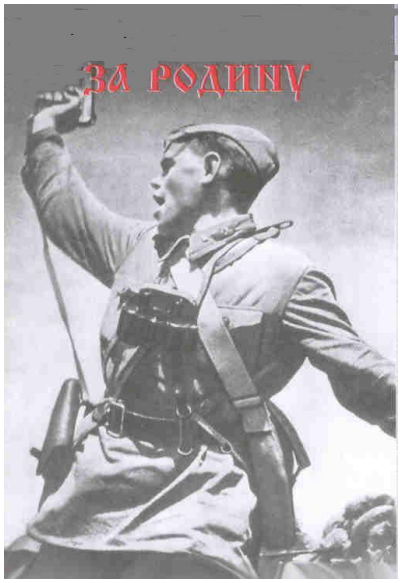
Затем – описать «в 3 словах».

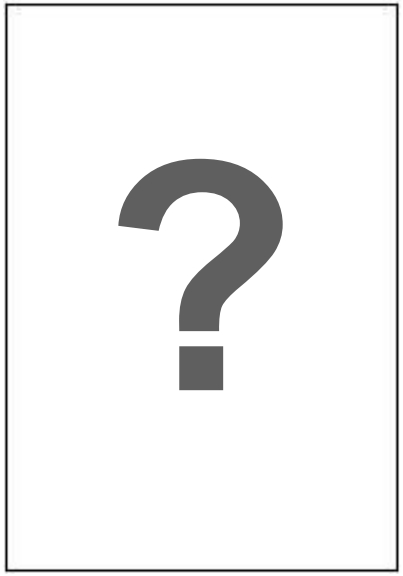
Понять и принять его. И быть готовым к внесению изменений.

Успешный брендинг стран работает на 5 К бизнеса. Эффективность бизнеса работает на бренд страны.

Результаты зависят от умелого внедрения гуманитарных технологий.

Успешный брендинг требует *связности* между предпринимателями, властью, гуманитарными технологами и… «простыми людьми»





За Русь Святую!
За други своя!

За Бога, царя и Отечество!

За Родину!
За Сталина!

?? ?????? !
??????? !

Чтобы трудиться и сражаться *<u>не только для себя</u>*,
людям и сообществам важно точно знать: ради чего.
И уметь ясно сказать об этом!

Развитие Общественных Связей Нового Класса
www.soob.ru

- Россия – это слово…
- Россия – это силуэт на карте мира.
- Знак – в сознании его жителей.
- Заклинание: «Холод. Водка. КГБ.»
- Название федерального телеканала.
- Новость. Статистика. История.
- «Золотая Президентская Тысяча».
  (тысяча чиновников или династий?)
- Возможность другой - лучшей жизни.
- Люди, желающие знать: это – их страна.

М е ч т а:

Родина – образ цельный и богатый,
вселенный в сознание множества людей.
Связующий разнообразие их культур, планов, воль и дел.
Родина – это настоящее и будущее, в котором они хотят жить.