

Энергетические напитки

Подготовил: Реймер Александр

Redbull



О напитке:

По сути, самый популярный энергетический напиток на планете. Каждый наверняка видел рекламу, или, возможно, даже попробовал продукт для себя - в конце концов, Red Bull «Окрыляет». Red Bull - настоящая легенда в мире энергетических напитков, упакованная в эту культовую сине-серебряную банку (хотя изначально была золотой). И с мощной смесью высококачественных ингредиентов, в том числе кофеина, таурина, витаминов группы В и других, этот напиток обладает потрясающим эффектом.

Название и лого:

Тут все просто: red - красный, bull - бык. Бык символизирует мощь и силу, красный цвет - яркость и активность, также желтое солнце за быками на логотипе символизирует энергию.

Маркетинг:

Продвигается, спонсируя экстремальные и высокотехнологичные виды спорта. Все они так или иначе связаны с поднятием в воздух, что заставляет всех зрителей вспоминать об "окрыляющем" имидже компании. Это прыжки на мотоцикле, вертолетный спорт, лыжный фристайл, парашютный спорт и серфинг.

Также компания спонсирует более зрелищные, дорогие, и экстремальные виды спорта. Гонки «Формула-1» — это спорт избранных, безумно дорогой и сложный, однако же в экстремальности ему отказать нельзя. Видимо поэтому компания RED BULL владеет сразу двумя командами формула 1 - RBR Renault и Toro Rosso. И это само по себе уже является великолепной рекламой для всех любителей королевских гонок.

Позиция:

«Бодрит Тело и Дух. Энергетический напиток Red Bull знают и ценят во всем мире. Он помогает ведущим спортсменам, студентам, представителям различных профессий, а также во время длительных автомобильных поездок. Red Bull — это функциональный напиток, который окрыляет, когда это необходимо».



Monster



О напитке:

Если Redbull является самым популярным, то Monster Energy Drink вероятно, второй по популярности энергетический напиток. Обладая энергетической смесью глюкозы, женьшеня, таурина, кофеина, L-карнитина и многого другого, этот ультра-популярный напиток является доступным, доступным и вкусным. И предлагая дозу кофеина 160mg, этот напиток предлагает хороший баланс вкуса и энергии.

Название и лого:

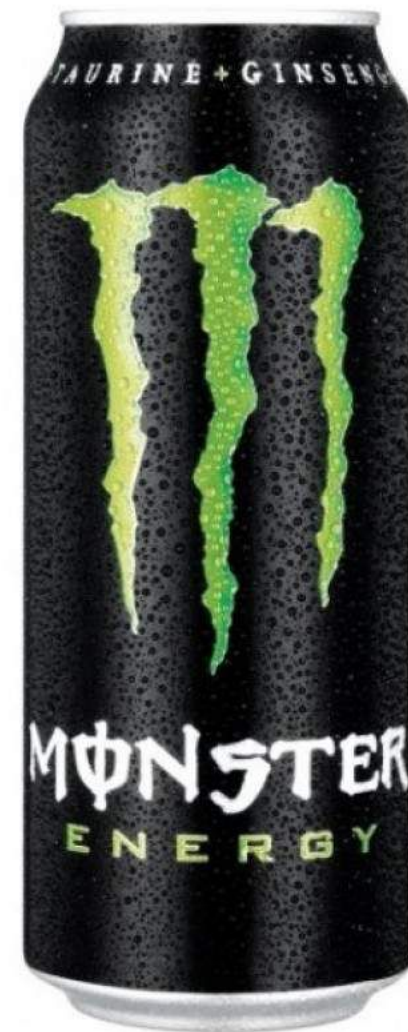
Монстр - некое существо, ассоциируется с мощностью, активностью. Логотип был разработан калифорнийским брендинговым агентством McLean Design и представляет собой ярко-зеленую букву «М» на черном фоне, которая как будто «выцарапана» когтями монстра. Цвет буквы и фона может варьироваться в зависимости от вкуса

Маркетинг:

Monster Energy не размещает прямую рекламу, т.к. маркетинговый подход компании сосредоточен на спонсорстве спортивных и музыкальных мероприятий, а также спортсменов и команд из различных видов спорта, в том числе автоспорт (Формула-1, ралли, ралли-кросс, наascar, дрэг-рейсинг, дрифт и др.), мотоспорт (мотокросс, спидвей, шоссейно-кольцевые мотогонки, superbайк и др.), экшн-спорт (BMX, МТВ, сноубординг, лыжный фристайл, скейтбординг, серфинг, и др.), а также единоборства, киберспорт, футбол и др.

Позиция:

«Большинство компаний тратят деньги на рекламные агентства, ТВ рекламу, места на радио и билбордах только чтобы доказать, как хорош их продукт. Мы не делаем ничего из перечисленного. Вместо этого, мы поддерживаем наш бренд, наших спортсменов и фанатов. Мы помогаем атлетам достичь успехов в карьере. Мы организуем концерты, чтобы любимые группы и исполнители приехали и в ваш город. Мы проводим наикрутейшие вечеринки и ивенты, которые только можно представить. Monster - это больше, чем энергетический напиток. Monster - это... Стиль жизни в банке.»



Adrenaline Rush



О напитке:

Компания принадлежит PepsiCo и позиционируется как средство для борьбы с усталостью в городе. Он состоит исключительно из натуральных тонизирующих ингредиентов. Напиток идеален для ведущих активный образ жизни и следящих за своим здоровьем.

Название и лого:

Название переводится как «выброс адреналина». Ассоциируется это с приливом энергии и сил. На логотипе можно увидеть большую букву «А», часть которой заменена рисунком ящерицы (или двух ящериц на некоторых линейках напитка), которая символизирует энергию.

Маркетинг:

Компания спонсирует и выступает организатором соревнований по экстремальным видам спорта, таким как авто- и мотогонки, а также всевозможных "энерджи-шоу". Также в последнее время Adrenaline Rush выступает спонсором кибер-спортивных мероприятий (например, турнир по компьютерной игре Dota 2).

Позиция:

«Adrenaline Rush - это специально разработанный комплекс эффективных тонизирующих ингредиентов, который даст мощный заряд энергии, для чего бы он ни понадобился»



Flash



О напитке:

Безалкогольный энергетический напиток, производится компанией «Балтика», содержит кофеин и таурин, а также комплекс витаминов (В6, В2, В3, В5, В9 и С), подобранных таким образом, чтобы снять усталость и стимулировать физическую активность. Как заявляет производитель, это напиток для активных людей, которые любят жизнь и не хотят терять ни минуты из-за усталости. Flash up идеально подходит для того, чтобы взбодриться в течение напряженного дня и получить заряд энергии, необходимый как для работы, так и для развлечений.

Название и лого:

Flash в переводе с английского означает «вспышка», на логотипе представлена молния. Ассоциируется со вспышкой энергии.

Маркетинг:

Flash выпускает рекламные видеоролики, преимущественно на телеканале ТНТ, под слоганом «Flash Energy - увлекает надолго», демонстрируя то, что напиток помогает успеть завершить все дела в короткий срок.

Позиция:

«Наша ЦЕЛЬ ведет нас – мы хотим быть и оставаться самой успешной, самой профессиональной и самой привлекательной пивоваренной компанией на российском рынке. Быть №1 – сегодня и навсегда».



Burn



О напитке:

Безалкогольный энергетический напиток, производимый компанией Monster Beverage. До 2015 года напиток выпускался компанией Coca Cola. По состоянию на конец 2018 года напиток выпускался приблизительно в 96 странах и территориях по всему миру. В России продается с 2003 года.

Название и лого:

С английского «burn» значит «гореть», не даром на логотипе напитка красуются яркие языки пламени.

Маркетинг:

Burn активно участвует в мероприятиях музыкальной индустрии, направленных на поддержку и развитие многообещающих талантов в области электронной танцевальной музыки, такие как:

BURN Tour – это всероссийское хип-хоп турне, организованное совместно с исполнителями ATL, GONE.Fludd, Saluki, Лауд и тд.

Alfa Future People – фестиваль электронной музыки, где выступали такие артисты как Markul, Thomas Mraz, Cream Soda, Yung Lean и др.

Present Perfect Festival – фестиваль электронной музыки и современного искусства, где Burn поддерживал сцену онлайн-платформы Boiler Room.

Позиция:

«Знание о том, как укрощать огонь, навсегда изменило нашу жизнь и отделило нас от всех других видов на земле. Начиная с каменного века, некоторые лучшие идеи человечества рождались вокруг огня — и BURN Energy тоже! Мы создали уникальный энергетический напиток с мягким и освежающим вкусом, который разбудит в тебе огонь. Открой банку BURN Energy — и ты узнаешь сам!»



Tornado



О напитке:

Энергетик Tornado Energy оценят спортсмены и люди, живущие в плотном графике. Напиток утоляет жажду, повышает выносливость, избавляет от чувства усталости. Подходит для долгих поездок на автомобиле и интенсивных занятий в тренажерном зале.

В составе энергетика присутствуют таурин и кофеин. Таурин тонизирует, снимает чрезмерное умственное и нервное напряжение. Кофеин устраняет сонливость и усталость, борется с головными болями и упадком сил. Бренд выпускает продукцию в России под контролем швейцарской компании Global Functional Drinks AG, дистрибутором которой является ГК СНС.

Название и лого:

Название этой компании не нуждается в переводе. Ее символ - ураган торнадо, символизирует некую бурю энергии. На логотипе также изображен ураган.

Маркетинг:

Реклама компании всё чаще захватывает интернет, и геймеры VODодел Jove (Константин Ладанин) иalconafter (Кирилл Фёдоров) рекламируют Энергетик в своих видео.

Tornado Energy является главным спонсором танковой кибер-спортивных команд Tornado Rox и Tornado Energy (в прошлом HellRaisers). Помимо этого, в мобильной игре WoT Blitz во время обновления 3.10 стандартное снаряжение «адреналин» был заменён на этот напиток. Ещё на нескольких картах появились баннеры Tornado Energy.

Бренд участвует в рекламной кампании фильмов Дэдпул, Кредо убийцы и Веном (фильм).

Также, компания спонсировала игру BATTLEFIELD 1 (в 2016 году) и является спонсором кибер-спортивной команды Gambit Gaming.

Позиция:

«Мы заряжаем энергией всех игроков и любителей популярной культуры. TORNADO ENERGY — действуй напролом, ты всегда в игре!»



Gorilla

О напитке:

Энергетический напиток под названием Gorilla Energy Drink, изготавливается на заводе Московской Пивоваренной Компании. Gorilla производится без консервантов по лицензии и под контролем Nord Winds Beverages, Нью-Йорк, США. Представляет компанию PREMIER BEVERAGES P.V. LIMITED. Преподносится как энергетический напиток для молодежной аудитории, содержит натуральные соки, витамины, а также L-карнитин - вещество, помогающее работе иммунной системы.

Название и лого:

Название напитка объясняется логотипом, на котором красуется голова гориллы. Являясь большим и сильным зверем, она символизирует мощь и энергию.



Маркетинг:

Gorilla спонсирует множество спортсменов и спортивных мероприятий, таких как ММА, мотогонки, автогонки, сноубординг, скейтбординг, лыжный спорт, велоспорт, экстремальное катание на самокатах, а также выступали спонсором Ярkokросса. В скором времени в продажу поступит фирменная продукция с логотипами компании, например шлемы для гонок. Главным рекламным лицом на данный момент является боксер ММА Хабиб Нурмагомедов.

Позиция:

«GORILLA ENERGY» — не важно, кто ты и откуда, главное какая сила в тебе»



Powerade



О напитке:

Powerade — это негазированный спортивный напиток, созданный, также как и Burn, произведенный и продаваемый компанией Coca-Cola. Представляется как изотонический напиток для занятия спортом. Его формула направлена на восстановление водно-солевого баланса и насыщение организма микроэлементами (Na, Mg, Ca, K).

Название и лого:

Power с английского «сила», а приставка «ade» играет на созвучии со словом «aid», которое переводится как «помощь». Иными словами, напиток помогает восстановить силы. На логотипе за самим названием изображен бумеранг, символизирующий то, что с напитком энергия вернется обратно.

Маркетинг:

Powerade является спонсором Австралийской Лиги Регби, Ирландских регби команд и других национальных олимпийских федераций.

Сотрудничает с Английской Футбольной Лигой (EFL) и многими другими футбольными лигами и командами по всему миру, ФИФА, такими как футбольный клуб Рейнджерс, клуб Универсидад де Чили, клуб Понте-Прета и так далее. Напиток также является спонсором Годурасского футбольного клуба Олимпия.

Бренд также является эксклюзивным напитком-спонсором летней баскетбольной лиги Hoops in the Sun, основанной на Орчард Бич в Бронксе, Нью-Йорк.

Позиция:

«Что нужно для того, чтобы достичь цели? Сила, упорство и знание. Каждая тренировка, упражнение, пробежка – это еще один шаг на пути к победе. Ты хочешь достигать своих целей? – POWERADE знает, как это сделать максимально эффективно. Powerade создан для спорта. Будь ближе к цели.»



E-ON



О напитке:

E-ON Energy – это напиток нового поколения, разработанный с использованием последних технологий, позволивших совместить эффективную тонизирующую формулу и сбалансированную рецептуру на основе натуральных соков, не содержащую искусственных красителей и консервантов. Напиток представляет классические фруктово-карамельные ноты гуараны, заряжает энергией для активной жизни и обостряет чувство настоящего момента. Выпускается Российской компанией Global Functional Drinks.

Название и лого:

На логотипе буква «О» изображена в виде кнопки включения, в понимании того, что без энергии ты якобы выключен, а напиток поможет тебе включиться. В названии напитка используется созвучие со словом «ион» - электрически заряженной частицей, что ассоциируется с зарядом энергией.

Маркетинг:

Компания выпускает рекламные видеоролики, посылом которых является то, что напиток позволит делать все здесь и сейчас. Также перед командой E-ON стояла задача познакомить молодую и активную аудиторию с относительно новым брендом «в действии», а главной задачей ТНТ был поиск для спонсорства бренда, чья философия идейно совпадала бы с философией их нового шоу, так что реклама напитка была интегрирована в шоу «Песни на ТНТ».

Позиция:

«E-ON – Энергетический напиток с натуральными соками и яркими вкусами, который обостряет восприятие настоящего момента и придает жизненные силы, помогая находить лучшие способы достижения целей и получать максимум от жизни, наслаждаясь своими успехами здесь и сейчас. E-ON - всегда на шаг впереди!»



Drive Me



Название и лого:

На логотипе напитка красуется само название, где буква «V» представлена в виде дорожной разметки, а буква «E» изображена как следы от шин, что как раз ассоциируется с неким «драйвом», скоростью и энергичностью. Последние буквы слова «Drive» так же включают в себя слово «Me»

О напитке:

Энергетический напиток, также как и Adrenaline Rush, производится компанией PepsiCo, для тех, кто хочет прочувствовать жизнь «по полной», без ограничений. Бренд ориентирован на продажи в доступном ценовом сегменте. Drive Me содержит натуральный кофеин, благодаря чему обладает тонизирующим эффектом. Входящие в комплекс обогащения витамины С и В6 участвуют в снижении усталости и утомляемости.

Маркетинг:

Drive является спонсором собственных спортивных мероприятий, таких как «Drive Urban Snowboard» в Новосибирске и велогонок «Drive Urban Downhill» в Сочи. Также компания спонсирует различные автогонки, ММА бои и выпускает спортивную одежду с фирменной символикой.

Позиция:

Ударная волна энергии, чтобы всегда двигаться вперед. Ничто не остановит тебя. Будь на драйве всегда!

Нравится пробовать жизнь на вкус? Энергия толкает на риск? Тогда ты в правильном месте. Сообщество для тех, кем правит скорость и драйв!

Слоган бренда – «Безграничный драйв».



