



Маркетинг - наша работа!  
Сибирь - наш регион!

**AC**  
**MARKETING**  
**МАРКЕТИНГОВЫЙ ЦЕНТР**



Маркетинговый центр "AC-маркетинг"

г. Кемерово, ул. Весенняя, 24-а, офис 304, 402 | г. Новосибирск, +7-901-616-3031  
Тел. (3842) 36-21-86 | Тел/факс: (3842) 36-22-08  
info@ac-marketing.ru | www.ac-marketing.ru



Примеры  
продвижения  
брендов  
премиального  
сегмента.



Основное требование, предъявляемое к оформлению и продвижению дорогих товаров: **они не должны выглядеть «дешево».**

Рекламные решения в стиле «Теперь мы идем к вам!», мультипликация, эпитеты «супер», «экстра», «ультра» для продвижения торговой марки категории «Премиум» совершенно неприемлемы!!!

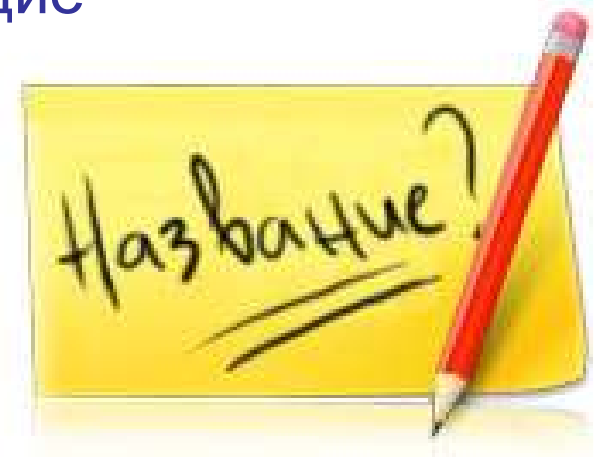


# Нейминг

При выборе имени новой марки необходимо:

- использовать образы и понятия, имеющие положительную коннотацию и легко запоминающиеся
- название должно быть оригинальным и звучным
- соответствовать статусу категории «Премиум»
- нравиться потребителям
- способствовать продвижению продукта
- быть (по возможности) охраноспособным

В «премиуме» часто применяется дубляж написания как кириллицей, так и латиницей.





# Нейминг

- Галерея эксклюзивного декора «ДЕГА»
- Ресторан «Бархат»
- Сибирские термы «Грааля»
- Паркетный бутик «ПРОпаркет»



# Фирменный стиль

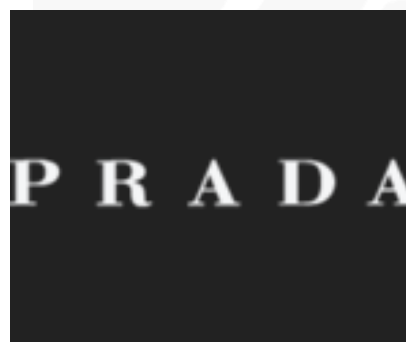
- Умеренная цветовая гамма
- Нет кричащим цветам
- Использование «чистых», возможно, консервативных, цветов: черный, белый, красный, бордовый, золото, серебро
- Четкий шрифт, утонченные буквы или наоборот, витееватые



# Фирменный стиль



info@mercedes.ru





# Фирменный стиль





# Фирменный стиль

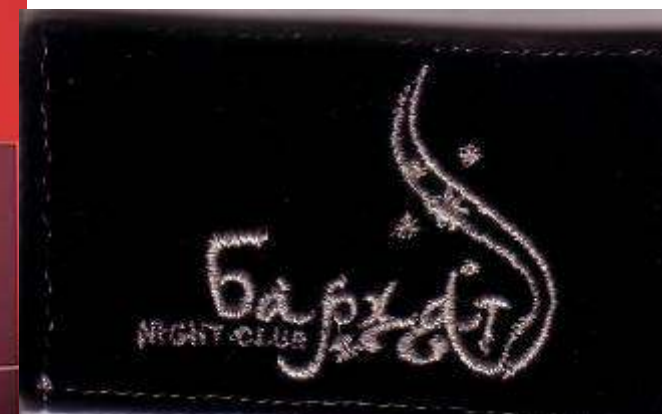
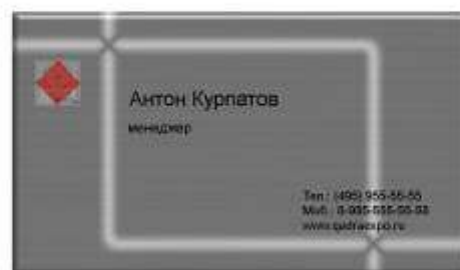
Подчеркнуть свою историю в логотипе



BACARDI AND THE BAT DEVICE ARE REGISTERED TRADEMARKS OF BACARDI & COMPANY LIMITED.

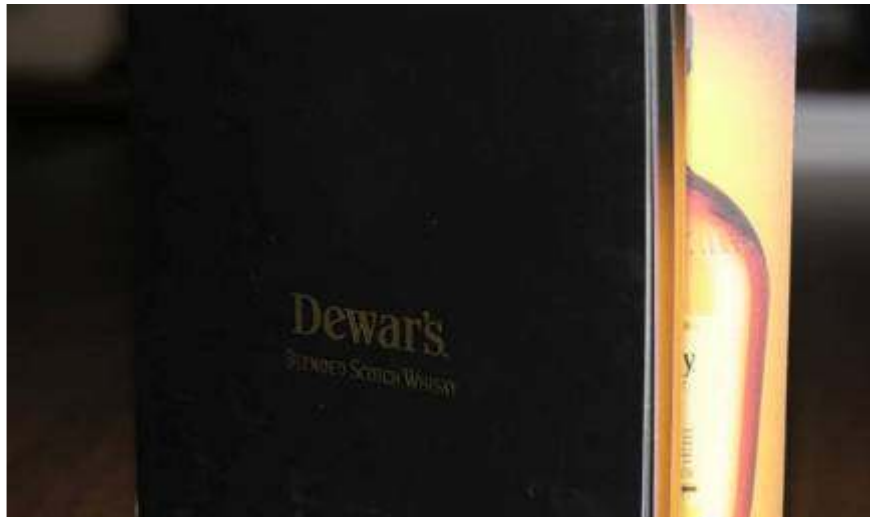


# Визитки





# Полиграфия



Приглашаем Вас посетить самое главное арт-событие года!  
Светской раут, поздравительный спектакль  
Галереи высокого интерьерного искусства «DeGa»!  
**15 декабря!**  
Вечер драматической жизни в Галерее экспозиционно-выставочного центра «DeGa»!  
Для нас будет большой честью видеть Вас  
в числе наших гостей на этом незабываемом мероприятии!

**Вас ждут:**

- Спектакль-опера «Семьдесят семь лет после свадьбы»
- Музыкально-драматический спектакль «Море»
- Афиша и выставка живописи, графики, фотографии
- Интерактивная программа «Семьдесят семь лет»
- Музыкальный спектакль «Семьдесят семь лет»
- Презентация книги «Семьдесят семь лет»
- Презентация книги «Семьдесят семь лет»

**Формальности решены!**  
И все поздравительные эмоции  
и максимальная комфортность  
Вам обеспечены!

**Р.Д. Васильев** и **А.А. Васильев**  
Без пророчества

**1000 подарочных билетов**  
в количестве 500, 4 формата А4, 2 цвета, формат А4, 200 г/м², материал: высококачественный картон

Ж/М: Ват. 15 декабря (улетевшая) и 10.00 в Галерею экспозиционно-выставочного центра «DeGa» в г. Омск, Ленинск, 78!

*Уважительный  
Андрей Юрьевич!*

Приглашаем Вас посетить  
самое главное арт-событие года!  
Светской раут, поздравительный спектакль  
Галереи высокого интерьерного искусства «DeGa»!

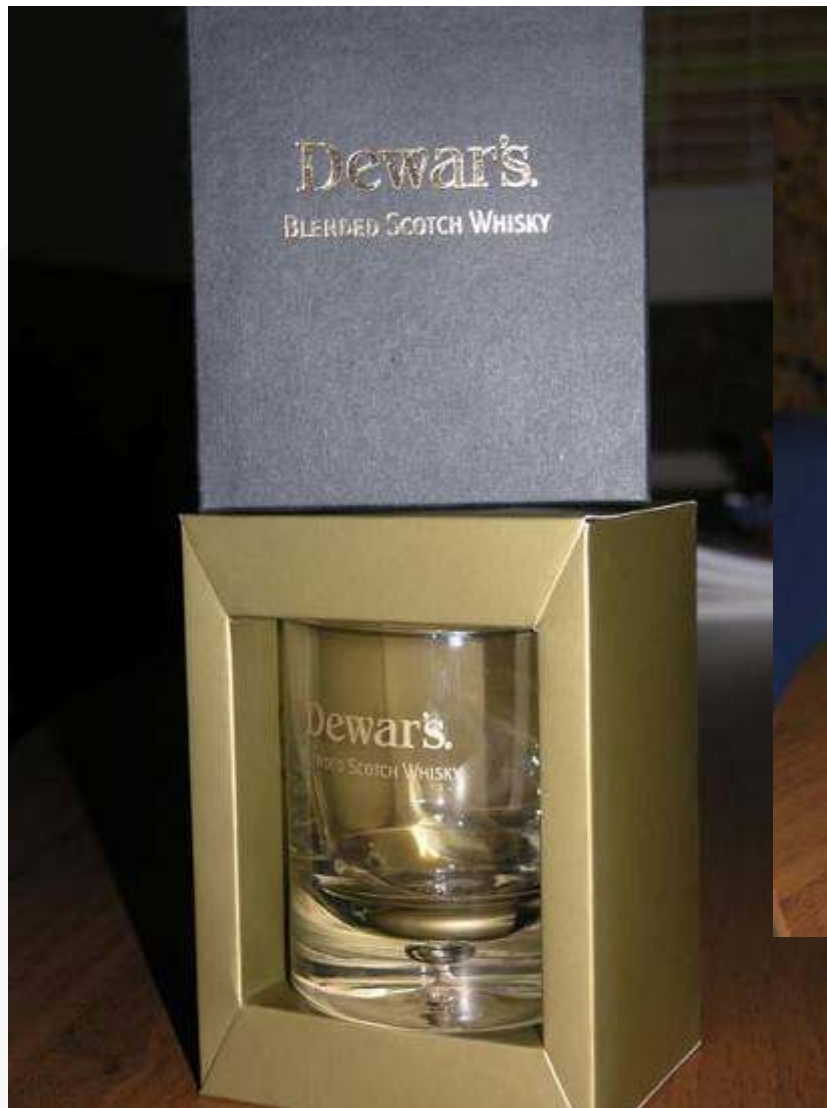
**15 декабря**  
Ленинск, 78!

**DEGA**  
GALLERY DEGA

*Приглашение!*  
на 2 персоны

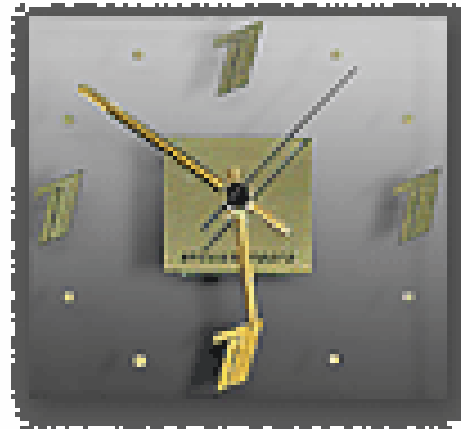
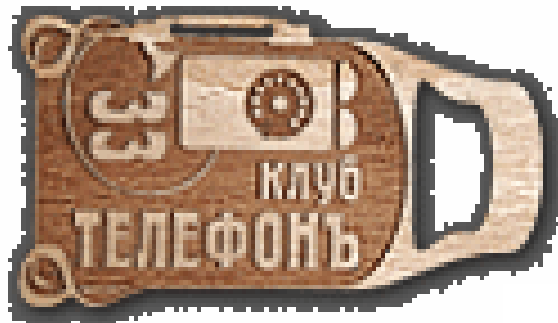


# Сувенирка





# Сувенирка

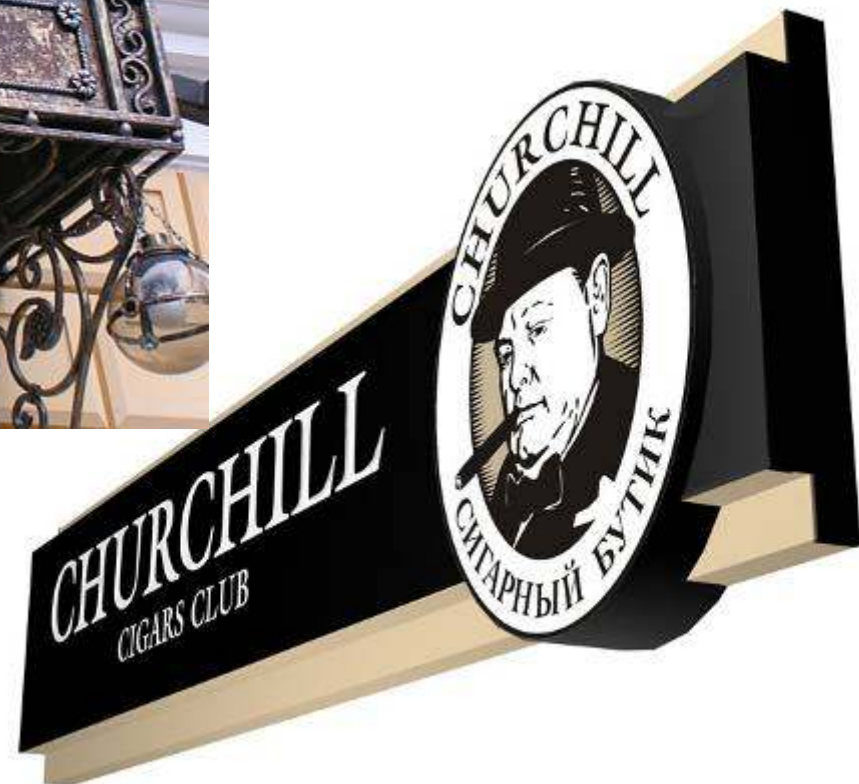


# Вывески





# Вывески





# Фотография

- Фотосессия обязательно профессиональная (фотограф, студия, оборудование)
- Стилист, визажист, парикмахер и другие «закадровые» специалисты
- Очень тщательная чистка фотографий
- Глянцевая обработка
- Иногда замена фотографии 3D-макетом

Маркетинг - наша работа! Сибирь - наш регион!

# Фотография





# Сайты

- Эксклюзивная графика - глянец
- Профессиональные качественные фотографии
- Мало текста, много графики (картинки, фото)
- Часто отсутствуют счетчики посещаемости



# Сайты



# Мерчандайзинг

На примере Паркетного бутика «ПРОпаркет»:  
МЕСТО – центральная улица города –  
Ноградская.

**Бутики** – особый вид магазинов, в  
который приходят за эксклюзивным  
товаром. Обстановка в бутиках более  
спокойная – мало людей, нет суеты.

# Мерчандайзинг – вывеска



# Мерчандайзинг - свет

Основное правило в световом оформлении бутиков – обязательная подсветка задней стены. Пол, как правило, за счет снижения общего освещения делается немного темнее. Товары, напротив, следует выделять ярким локальным светом. Здесь могут удачно сработать приемы театрального освещения – выделение светом темных участков (ниш и т.п.), которые при естественном освещении не видны. Такое световое решение позволит уйти от обыденности и создаст внутри бутика неповторимую обстановку.

Простое увеличение количества светильников или мощности ламп в магазине с недостаточным уровнем освещенности может привести к повышению продаж на 20-30%. В маленьких магазинах эта цифра может достигать даже до сотен процентов. Но, неправильно спроектированное освещение может вредить имиджу магазина и негативно сказываться на товарообороте.

# Мерчандайзинг - звук

Лучше, когда музыка звучит негромко, иначе она действует угнетающе.

Мягкая расслабляющая музыка создает в торговом зале уютную атмосферу, побуждая покупателей не спешить и больше времени посвятить выбору покупок.

Ненавязчивое звучание духовых инструментов повышает объем продаж в винных бутиках, а лирическая музыка вызывает желание приобрести поздравительную открытку.

Мелодичные обработки классической музыки, симфо-рок.

# Мерчандайзинг – выкладка товара



Основной принцип экспозиции – эмоциональная составляющая, антураж.

Образцы представлены в нескольких форматах.  
Создается атмосфера «творческого беспорядка».



# Мерчандайзинг – выкладка товара



Для выкладки образцов  
продукции  
используются:

1. Стены (багеты, стенды, репродукции с готовыми объектами)
2. Стеллажи
3. Плетеные корзины и сундуки для нарезок.





В отличие от стандартного подхода к внутренним коммуникациям используем лишь стилизованное брендрование пространства:

1. На диване подушки «PROпарк»
2. Кружки для кофе и чая «PROпарк»
3. Стена фирменного цвета
4. Внутренняя вывеска с названием.



- Эксклюзивные марки избегают телевизионной популярности.
- Значительная часть расходов на продвижение отводится на BTL — участие в организации арт-проектов, спонсорство, выстраивание отношений с популярными персонами, фэшн-обозревателями и ресторанными критиками глянцевого издания и т.д.
- С точки зрения формирования имиджа и повышения интереса потребителей к торговой марке эффективны Product Placement в кино, рекламные контракты со знаменитостями — актерами, спортсменами, модными дизайнерами, которые становятся лицом марки.



**Спасибо за внимание!**  
**Догогих Вам идей!**



## Маркетинговый центр «АС-маркетинг»

Маркетинг - наша работа! Сибирь - наш регион!

г. Кемерово, ул. Весенняя, 24-а, оф.304, 402

г. Новосибирск, +7-901-616-3031

Тел: (3842) 36-21-86

Тел/факс: (3842) 36-22-08

[www.ac-marketing.ru](http://www.ac-marketing.ru)

e-mail: [info@ac-marketing.ru](mailto:info@ac-marketing.ru)

