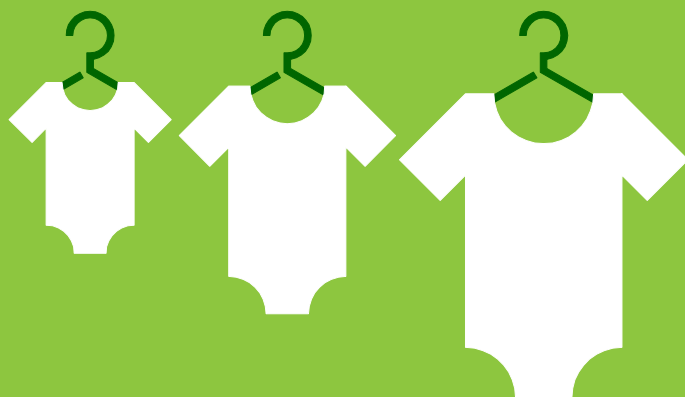


Консультации для малого бизнеса

Эффективная брэнд стратегия?

Узнайте как.

При донорской поддержке Европейского Союза мы помогли белорусскому производителю белья и одежды из трикотажа разработать эффективную стратегию развития брэнда и расширить сеть собственных магазинов.



European Bank
for Reconstruction and Development

Производитель белья и одежды из трикотажа, Беларусь

Мы помогли Mark Formelle, семейному бизнесу по производству белья и домашнего трикотажа создать сильный бренд и расширить сеть собственных магазинов. При содействии консультанта по управлению Mark Formelle значительно улучшил узнаваемость своего бренда, что повысило продажи на 30%.

Швейное предприятие Mark Formelle, основанное в 2009 году, специализируется на дизайне, производстве и реализации бельевого и верхнего трикотажа, термобелья. Сегодня продуктовый портфель предприятия включает более 100 наименований изделий для мужчин, женщин и детей.

Из-за отсутствия четкой системы коммуникаций с потребителями клиенты при покупке продукции не идентифицировали ее с торговой маркой компании. Такая ситуация не способствовала формированию пула лояльных потребителей.

Мы помогли Mark Formelle привлечь местного консультанта, который провел исследование целевых потребителей и разработал эффективную стратегию продвижения бренда.

В частности консультант:

- На основании исследования существующих и потенциальных клиентов создал портрет целевых покупателей, их жизненного стиля и психологических характеристик.
- Разработал бренд-концепцию в соответствии с характеристиками целевой аудитории и в контексте конкурентов, что включало в себя:
 - а) краткую суть предложения бренда
 - б) функциональные выгоды бренда
 - в) эмоциональные выгоды бренда
- Предложил план мероприятий по продвижению и концепцию для рекламных материалов
- Помог организовать службу маркетинга в компании.

С помощью новой стратегии продвижения бренда компания вышла на качественно новый уровень коммуникации со своими клиентами. Одним из ярких моментов проекта стала креативная рекламная кампания женского белья в стиле боди-арт. Через год после окончания проекта собственники отметили значительное улучшение в узнаваемости бренда, продажи выросли на 30%, что позволило нарастить товаропроводящую сеть до 18 фирменных магазинов и 24 торговых точек, работающих на основе франшизы в Беларуси, РФ и Казахстане.

На следующем этапе к сотрудничеству были привлечены международные отраслевые эксперты, которые дали рекомендации по повышению эффективности производства, разработали новый концепт фирменных магазинов, внедрили новую внутреннюю систему дистрибуции и отдел поддержки продаж с учетом последних тенденций в ритейле, что позволило марке заметно выделиться на конкурентном поле. В результате доля розничных продаж в системе дистрибуции компании выросла с 26 до 50%.



Благодаря новой стратегии марка стала узнаваемой и заметной на конкурентном поле.

www.ebrd.com/knowhow

Продажи
+30%

Новые магазины
9

Доля розничных продаж
+24%

Общая стоимость проекта
€15,100

Размер финансирования
проекта клиентом
50%