



# МИШЕЛ МУР

## ИНСТИНКТ БРЕНДИНГА

Michel Mour, LLC 2002–2018  
<http://www.michelmour.com>



# КТО МЫ?

Мишел Мур – это брендинговое агентство, которое знает неочевидные вещи о создании брендов. Рады знакомству!

Мы разрабатываем марки с нуля и обновляем уже существующие.

Мы изучаем ситуацию, анализируя рынок и возможности продукта, разрабатываем стратегию марки, ее позиционирование, название, фирменный стиль, дизайн упаковки и комплекс решений, способствующих продуктивному выводу на рынок.



## ИНСТИНКТ БРЕНДИНГА

Как решить, кому доверить создание марки, которая будет иметь больше шансов на успех? Для оценки обычно используются явные доказательства – это опыт и примеры работ, список клиентов и награды. Однако есть неявные доказательства, которые играют наиболее существенную роль в работе. Это знания, которые формировались на основе практического опыта работы с разными ситуациями, товарами и системами, и лежат в нейронных связях экспертов.

**Это инстинкт брендинга.**



## БРЕНДИНГ – ЭТО НЕ ПРОМО И НЕ КРЕАТИВ

Брендинг – это сложный, интегрированный во все сферы деятельности предприятия процесс. В разработке бренд потенциальной торговой марки важна не только экспертиза специалистов по брендингу и топ-менеджеров предприятия. Ключевым ориентиром служит покупатель. Именно он определяет своим выбором успешность предприятия. Поэтому, каждое наше решение основывается на понимании его проблем, ожиданий и сценариях потребления продукта. Разработанный нами стиль и упаковка, порой бывают единственными инструментами продажи.





## РАЗРАБОТКА И ВНЕДРЕНИЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ

Мы можем предложить комплексное решение по разработке бренд потенциальной марки, выйдя за рамки разработки стиля и упаковки, то есть Promotion.



## МЫ — МНОГОКРАТНЫЕ ПРИЗЕРЫ ФЕСТИВАЛЕЙ

Мы неоднократно становились победителями престижных фестивалей и конкурсов в разных номинациях.

Однако «Меня не заботит, завоеует ли наша реклама призы на конкурсах. Единственное, что должно волновать каждого маркетолога, — реальное потребление» (с) Серхио Займан

Серхио Займан был главным маркетологом таких компаний как Coca-Cola, PepsiCo, Procter and Gamble и Microsoft. Позже основал собственную консалтинговую компанию Zuman Group. Серхио можно назвать одним из наиболее влиятельных специалистов по маркетингу нашего времени

### НАГРАДЫ С 2010 ГОДА



Минский международный фестиваль рекламы «Белый квадрат»



Национальный фестиваль рекламы «Идея!»



Московский Международный Фестиваль Рекламы «RedApple»



Конкурс дизайна экоплаката Всемирного фонда защиты природы WWF

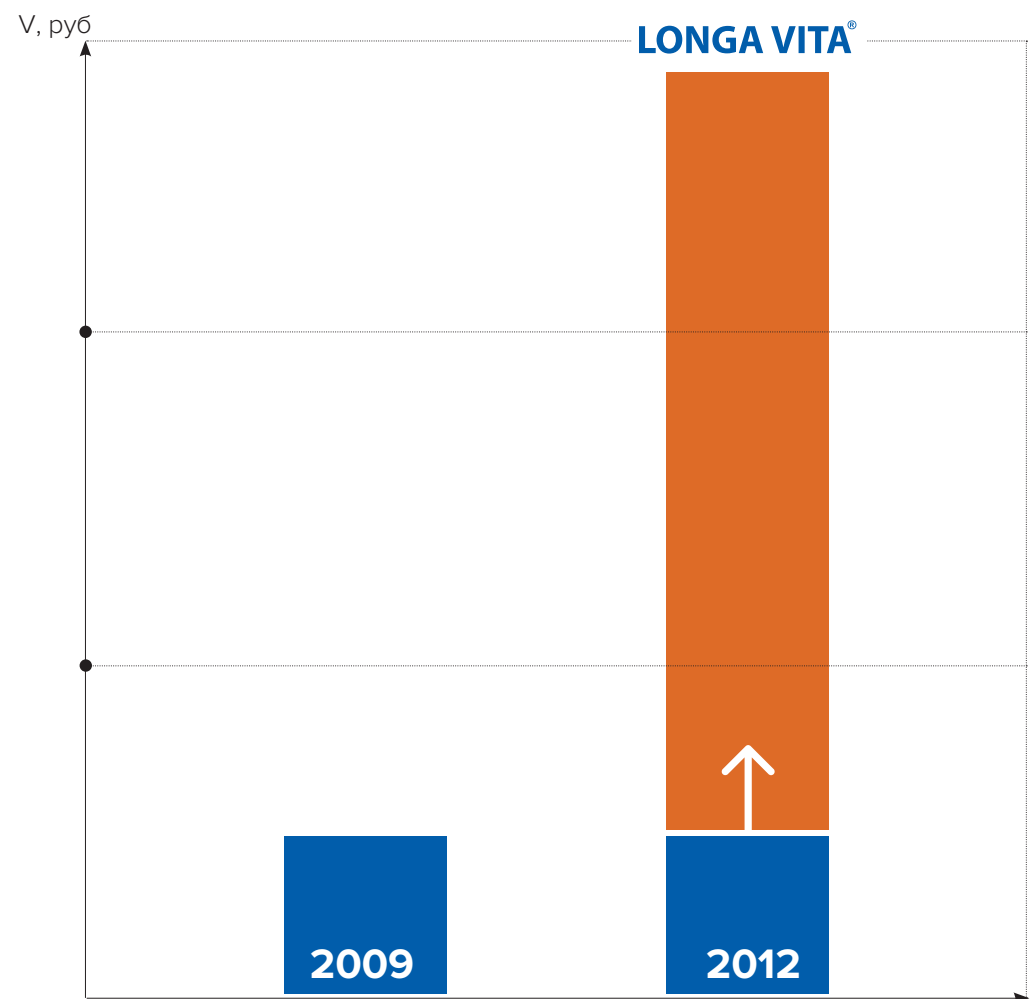
Набирающий вес в профессиональной среде, Рейтинг рекламных агентств России (РРАР) включило нас в список лучших компаний по специализациям: «Товарные знаки», «Упаковка», «Фирменный стиль».

# ОДНАКО ЛУЧШИЕ НАШИ НАГРАДЫ – ЭТО ВАШИ РЫНОЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

## РЕБРЕНДИНГ ТМ «LONGA VITA»

Серия средств по уходу  
за полостью рта

В конце 2011 года в продажу поступила ТМ Longa Vita в новом облике. На начало 2012 года продажи выросли в более чем 5 раз, по сравнению с 2009 годом – годом выхода торговой марки на рынок.



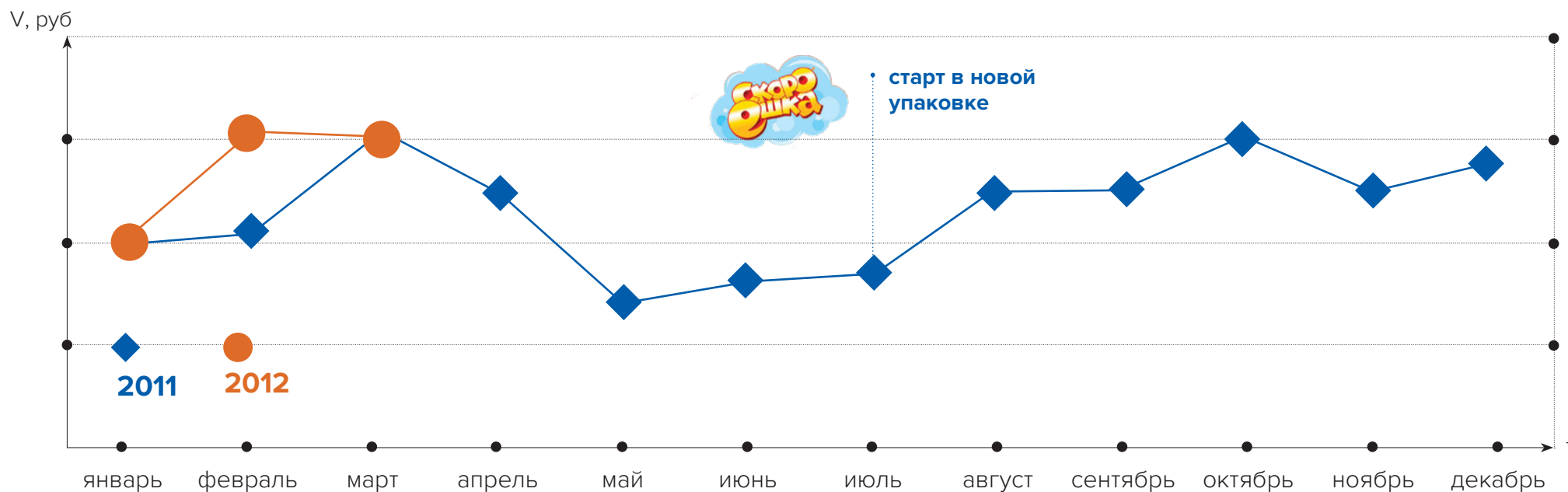
**В 5 РАЗ** увеличение  
объема продаж

# ОДНАКО ЛУЧШИЕ НАШИ НАГРАДЫ – ЭТО ВАШИ РЫНОЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

## РЕБРЕНДИНГ ТМ «СКОРОЕШКА»

Каши быстрого  
приготовления

Продукт в новом обличе  
поступил в продажу в  
конце лета 2011 года.  
В середине осени  
50% продукции было  
«переодето» в новую  
упаковку.



С запуском продукции в новой упаковке  
произошел **рост продаж**



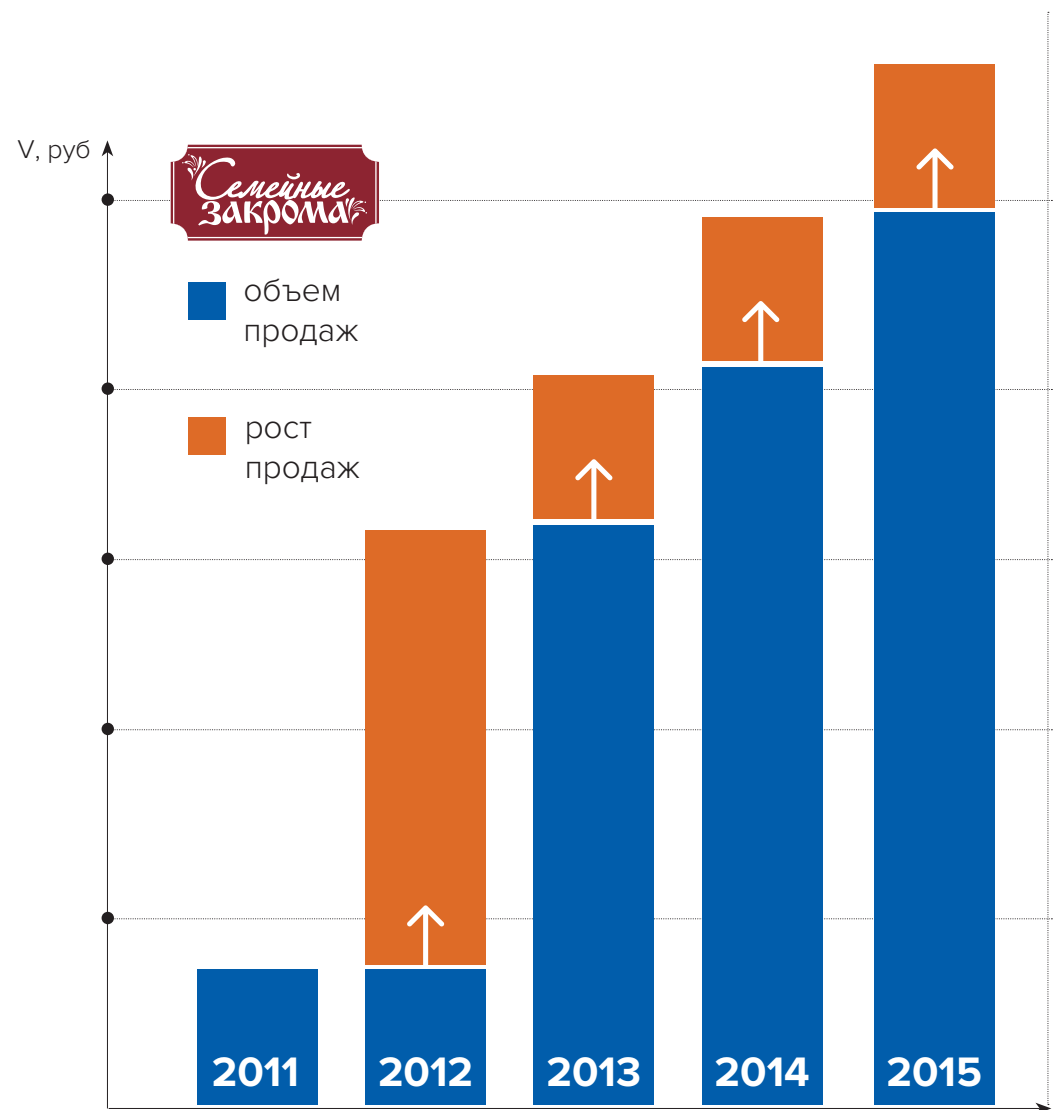
# ОДНАКО ЛУЧШИЕ НАШИ НАГРАДЫ – ЭТО ВАШИ РЫНОЧНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

## РАЗРАБОТКА ТМ «СЕМЕЙНЫЕ ЗАКРОМА»

### Крупы

Торговая марка поступила в продажу в конце 2010 года. В течение полугода спрос превысил предложение.

**Отзыв клиента:** «Мы не могли обеспечить товаром всех желающих. ТМ «Семейные закрома» была взята на реализацию в торговых сетях Красноярска и Омска, несмотря на наличие там местной аналогичной продукции. «Уходимость» продукции с полка оказалась на неожиданно высоком уровне».



**В первый же год произошел скачок роста, в последующие годы марка показывала стабильный рост, несмотря на рост конкуренции. Компания входит в Топ-5 крупнейших поставщиков фасованных круп**

## С НАМИ СОТРУДНИЧАЮТ



Томский Государственный  
Университет Систем Управления  
и Радиоэлектроники



Пищекombinat «Лама»



Группа компаний KDV,  
пищевые продукты



ПАО «Русский продукт»,  
пищевые продукты



Сибирский гурман  
Комбинат полуфабрикатов



**Межениновская  
птицефабрика**

Аграрный холдинг  
«Межениновский продукты»



Омскарбон Групп, производитель  
технического углерода



Персона  
Пищевые продукты

БЕЛАЯ РОЗА

Супермаркет хобби  
и рукоделия «Белая Роза»

## НАШИ УСЛУГИ

### Разработка позиционирования

- Изучение ситуации в отрасли/рынке
- Изучение конкурентов
- Изучение требований покупателей
- Изучение возможностей и ограничений продукта

### Разработка торговой марки

- Название
- Логотип
- Упаковка

### Правовая поддержка

- Патентная проверка
- Регистрация ТЗ и промо образцов
- Консультации патентных поверенных

### Консалтинг

- Консультации по брендингу
- Проведение обучающих мероприятий для персонала
- Подготовка материалов для сетей и отделов продаж



## БЕЗ ИССЛЕДОВАНИЙ НИКУДА

Проекты, которые показали наибольшую эффективность на рынке, были сделаны с учетом мнения потребителя и объективной оценки рыночной ситуации. Поэтому, мы можем ответственно сказать, что услышать мнение покупателя на ранних стадиях разработки – это ключ к успеху.

Именно поэтому, мы предлагаем проведение качественных и количественных исследований, чтобы определить объективную картину того, что нужно делать, а не действовать по наитию.





# ФОТОСЪЕМКА И ФУДСТАЙЛИНГ

**Покупатель берет то, что покажется  
ему более аппетитным.**

Мы понимаем, что важно предлагать не только яркие креативные решения, но и создавать впечатляюще вкусные продуктовые композиции.

Поэтому, мы уделяем большое внимание фотосъемке, фудстайлингу и ретуши, нанимая лучших специалистов в этой области.



фотограф  
Максим  
Печерский









## СКОРОЕШКА



## ЗАДАЧА

Разработка дизайна упаковки для линейки каш быстрого приготовления, который бы пришел на смену устаревшего и «некрасивого» дизайна, тем самым активизировав продажи.

### Заказчик:

ПАО «Русский продукт», Москва

## РЕШЕНИЕ

Решение напрашивалось само собой – использовать фрукты и ягоды. Все казалось бы просто. Однако фрукты на упаковке должны были выглядеть так, чтобы при взгляде на них ощущался яркий вкус, аппетитный аромат, руки сами тянулись к полке, а живот предвкушал праздник. Причем связать фрукты нужно было с продуктом.

В результате родился образ «открытого» фрукта: фруктовой оболочки, содержанием которой была овсяная каша. Идею сразу удалось воплотить в изображениях каш со вкусом одного фрукта. Немного сложнее оказалось с фруктовыми миксами: кашами со вкусом смеси фруктов и ягод. Подумав, мы решили создать фантазийные фрукты, что-то вроде клубнично-киви-ананас-пельсина и малино-клубнично-персика.





## СКАНДИНАВИЯ

### ЗАДАЧА

Разработать торговую марку, которая достойной заменой для знакомой и любимой марки советских времен «Метелица». Марка должна прийтись по вкусу и тем, кто уже является поклонником «Метелицы» и обратиться к новой аудитории.

#### Заказчик:

ЗАО «Красная Звезда», Томск

### РЕШЕНИЕ

В дизайне мы обратили особое внимание на финские мотивы. Финляндия – самая северная, то есть самая снежная и в тоже время морская страна Скандинавии, исторически и географически наиболее близкая к России. В качестве яркой отличительной особенности дизайна выступила техника исполнения – необычная для упаковки сладостей, но привычная для глаза. Это крупная вязка, шерстяная, как на теплом финском свитере – а бело-синие свитера «Маримекко» во всем мире являются одним из немногих символов, но широко известных символов Финляндии.

В качестве орнаментов мы использовали традиционные для Скандинавии сюжеты – это силуэты северных оленей, деревянных кораблей викингов, полярных елей и снежинок



## СУП ДНЯ

**ЗАДАЧА**

Разработка дизайн упаковки для фасованных супов быстрого приготовления, который бы позволил выделиться на фоне доминирующих решений советских времен и мог поспорить с западными игроками.

**Заказчик:**

ПАО «Русский продукт», Москва

**РЕШЕНИЕ**

Изучив внимательно упаковки супов быстрого приготовления, мы обнаружили скупость на красивую подачу у российских производителей, которые концентрировались на изображении тарелок и супниц, изображая тем самым невиданный пир. Мы же решили пойти другим путем, и сосредоточились на ингредиентах состава, оставив незначительную часть на визуализацию готового супа. Так мы получили визуальные отличные решения.





## СЕМЕЙНЫЕ ЗАКРОМА

### ЗАДАЧА

Разработка торговой марки для фасованных круп среднеценового сегмента.

**Заказчик:**

ООО «Фэмили стокс», Новосибирск

### РЕШЕНИЕ

**Нейминг:** В начале нас потянуло на все доброе (добрый совет, добрая трапеза, добрый повар и т.д.), но как оказалось в данном классе всё доброе уже «забили». Решив покопаться в «Домашней кухне» и «Кухнях мира» мы зацепились, как нам показалось, за что-то подходящее. Так мы пришли к двум названиям: «Семейные мотивы» и «Закрома Родины», ставшими основной для появления окончательного варианта – «Семейные закрома».

**Упаковка:** Название послужило для нас основным якорем при создании упаковки. В голове возникали образы амбаров, колючие холщовые мешки с колоритными заплатками, толстый замок, висящий на деревянной двери. Идеи зажигались как лампочки в темноте, но заказчик, как настырный электрик по выкручивал все наши идеи одним навязчивым желанием: «Хочу хохлому!».



**ПЕРСОНА****ЗАДАЧА**

Разработка дизайна упаковки для серии джемов, которая позволяла бы отразить наполненность фруктами и ягодами, что не всегда свойственно джемам.

**Заказчик:**

ООО «Персона», Барнаул

**РЕШЕНИЕ**

Среди прочих решений, предложенных заказчику, был продемонстрирован концепт с полотном из ягод и фруктов, которое и стало отправной точкой для доработки. Совместно с Заказчиком мы скрупулёзно подобрали каждую ягоду и ее положение на упаковке.



## МЫ ОТКРЫТЫ ДЛЯ СОТРУДНИЧЕСТВА

**Позвоните нам  
по телефону  
(3822) 59-39-69,  
и мы обсудим  
ваш проект уже  
сегодня.**

**Креативный директор:**

Наталья Дмитриева [natalyd@michelmour.com](mailto:natalyd@michelmour.com)

**Michel Mour, брендинговое агентство:**

Адрес: 634057, Россия, Томск, пр. Ленина, 30/2, п.2, оф.5

Телефон: +7 (3822) 56-53-41 | 59-39-69

Email: [branding@michelmour.com](mailto:branding@michelmour.com)

Skype: michelmour

Web: [www.michelmour.com](http://www.michelmour.com)