



Getbrand

брендинговое  
агентство



**Getbrand – это брендинговое агентство, помогающее товаропроизводителям увеличить частотность покупки их продукта в местах продаж, чтобы они могли увеличить свою валовую выручку, долю на рынке и скорость возврата инвестиций.**

*Андрей Горнов  
Генеральный директор Getbrand*

Автор методик: «Три Слая Эффективности»  
«3D Поле Бренда», «Платформы Роста».  
Модератор воркшопа «Высота»  
Автор курса для предпринимателей и маркетологов «Метод Getbrand»  
Ведущий курса «Создай бренд» MBA Executive в ИБДА при РАНХиГС





# СТРУКТУРА КОМПАНИИ GETBRAND



ОПЕРАЦИОННЫЙ КОНТУР





# КОМАНДА НА ПРОЕКТЕ





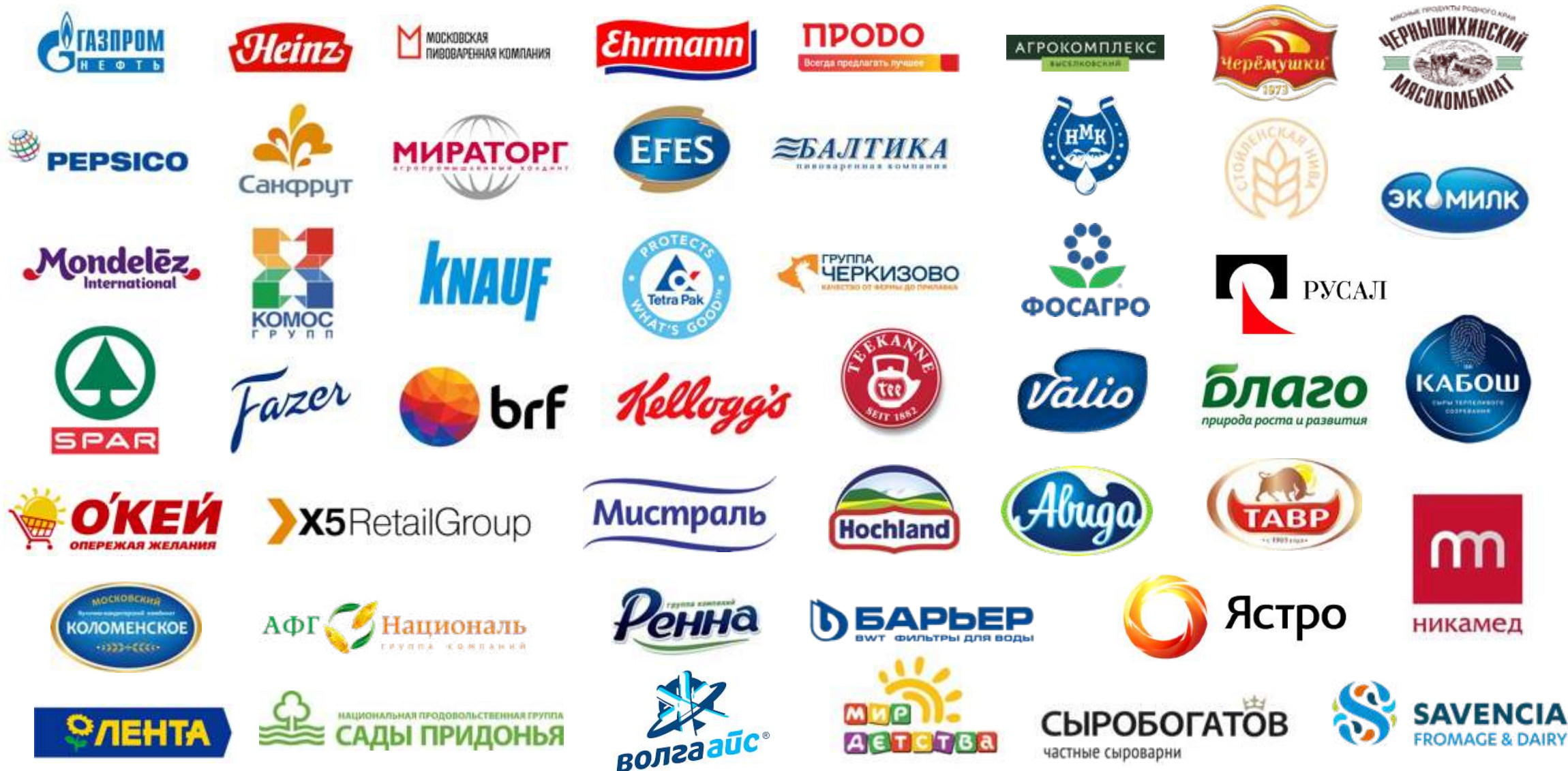


**15** **ТОП-5** **№1** **2125** **375**  
ЛЕТ НА РЫНКЕ НА РЫНКЕ БРЕНДИНГОВЫХ УСЛУГ ПО ПРОВЕДЕНИЮ АУДИТОВ РЕАЛИЗОВАННЫХ ПРОЕКТОВ КЛИЕНТОВ





# НАШИ КЛИЕНТЫ, КОТОРЫЕ НАМ УЖЕ ДОВЕРИЛИСЬ





# НАШИ МЕЖДУНАРОДНЫЕ НАГРАДЫ



Наши работы неоднократно удостоиваются престижными международными наградами профессиональных отраслевых фестивалей, что дает нам держаться на высоких позициях в рейтинге креативности среди брендинговых агентств России.



pentawards



КИЕВСКИЙ  
МЕЖДУНАРОДНЫЙ  
ФЕСТИВАЛЬ



# ... НО НАШИ ГЛАВНЫЕ НАГРАДЫ в рейтинге Forbes

КАК ВЫ ДУМАЕТЕ, РАДИ ЧЕГО МЫ  
РАБОТАЕМ?

РАДИ ТОГО, ЧТОБЫ НАШИ КЛИЕНТЫ МОГЛИ  
ЗАРАБАТЫВАТЬ БОЛЬШЕ!

В 2012 году созданный нами бренд «с нуля» «СЕЛО ЗЕЛЁНОЕ», для нашего клиента агрохолдинга «КОМОС-ГРУПП» вошёл в рейтинг Forbes «ТОП-10 самых удачных российских брендов», заработав для нашего клиента 550 000 000 руб за первый год после «запуска».

РЕЙТИНГ  
**Forbes**

ТОП 10  
САМЫХ УДАЧНЫХ  
РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ

выручка  
**550**  
млн. руб.





**Forbes** КАЗАХСТАН

ТОП САМЫХ УДАЧНЫХ  
РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ  
2012 ГОД

**ВЫРУЧКА 2012 г. - 550 млн. руб.  
за 2020 год выручка 13.7 млрд. руб.  
2021 год ТОП-5 любимых брендов россиян**







**Село  
Зелёное**  
Яйцо  
Курное

**ДЕРЕВЕНСКОЕ**

Отборное

«Село Зелёное» —  
прекрасное место  
в зелёной долине.  
Здесь яйца от  
деревенских кур  
станут частью  
природы на Вашем  
столове.



**Село  
Зелёное**

**ДЕРЕВЕНСКОЕ**  
10 штук  
Курное  
Яйцо  
Куриное



Forbes КАЗАХСТАН

ТОП САМЫХ УДАЧНЫХ  
РОССИЙСКИХ БРЕНДОВ  
2016 ГОД

В 2016 году, разработанный нами «с нуля» бренд «ДАНАР», для нашего регионального клиента «Кезского сырзавода» вошёл в рейтинг Forbes «ТОП-10 самых удачных российских брендов», заработав для нашего клиента 82 млн руб. за первый год после «запуска».



РЕЙТИНГ  
**Forbes**

**ТОП-10** Самых  
успешных  
российских брендов-стартапов



В 2017 году, разработанный нами, дизайн упаковки для воды ПСЫЖ из Карачаево-Черкесии помог войти бренду в ТОП-10 рейтинга брендов Forbes, показав лучшую динамику в продажах для нашего клиента «Аквалайн».





РЕЙТИНГ  
**Forbes**

**ТОП-10** Самых  
успешных  
российских брендов-стартапов







Forbes KAZAKHSTAN

МЫ РАЗРАБОТАЛИ ЕРІСА «С НУЛЯ» И...





**ВЫРУЧКА -**  
**1.35** млрд руб.



РЕЙТИНГ  
**Forbes**

**ТОП-10** Самых  
успешных  
российских брендов-стартапов





Forbes

ЕРІ  
СА

Вонікет

ЙОГУРТ

клубника-роза

МНОГО БЕЛКА\*  
120 ККАЛ  
в 100 г ПРОДУКТА



ЕРІ  
СА

Вонікет

ЙОГУРТ

голубика-лаванда

МНОГО БЕЛКА\*  
120 ККАЛ  
в 100 г ПРОДУКТА



ЕРІ  
СА

Вонікет

ЙОГУРТ

персик-жасмин

МНОГО БЕЛКА\*  
120 ККАЛ  
в 100 г ПРОДУКТА









Forbes

KAZAKHSTAN





лёгкий йогурт  
**SIMPLE**



меньше сахара\*  
много белка\*  
70 ккал в 100 г

голубика,  
овсяные хлопья



лёгкий йогурт  
**SIMPLE**



меньше сахара\*  
много белка\*  
75 ккал в 100 г

чернослив,  
инжир, элаки,  
семена чиа



лёгкий йогурт  
**SIMPLE**



меньше сахара\*  
много белка\*  
75 ккал в 100 г

ваниль, элаки,  
отруби, лен



лёгкий йогурт  
**SIMPLE**



меньше сахара\*  
много белка\*  
75 ккал в 100 г

яблоко, тыква,  
элаки, лен





Forbes KAZAKHSTAN

# SIMPLE

лёгкий йогурт

EPI  
CA

меньше  
сахара\*

много  
белка\*

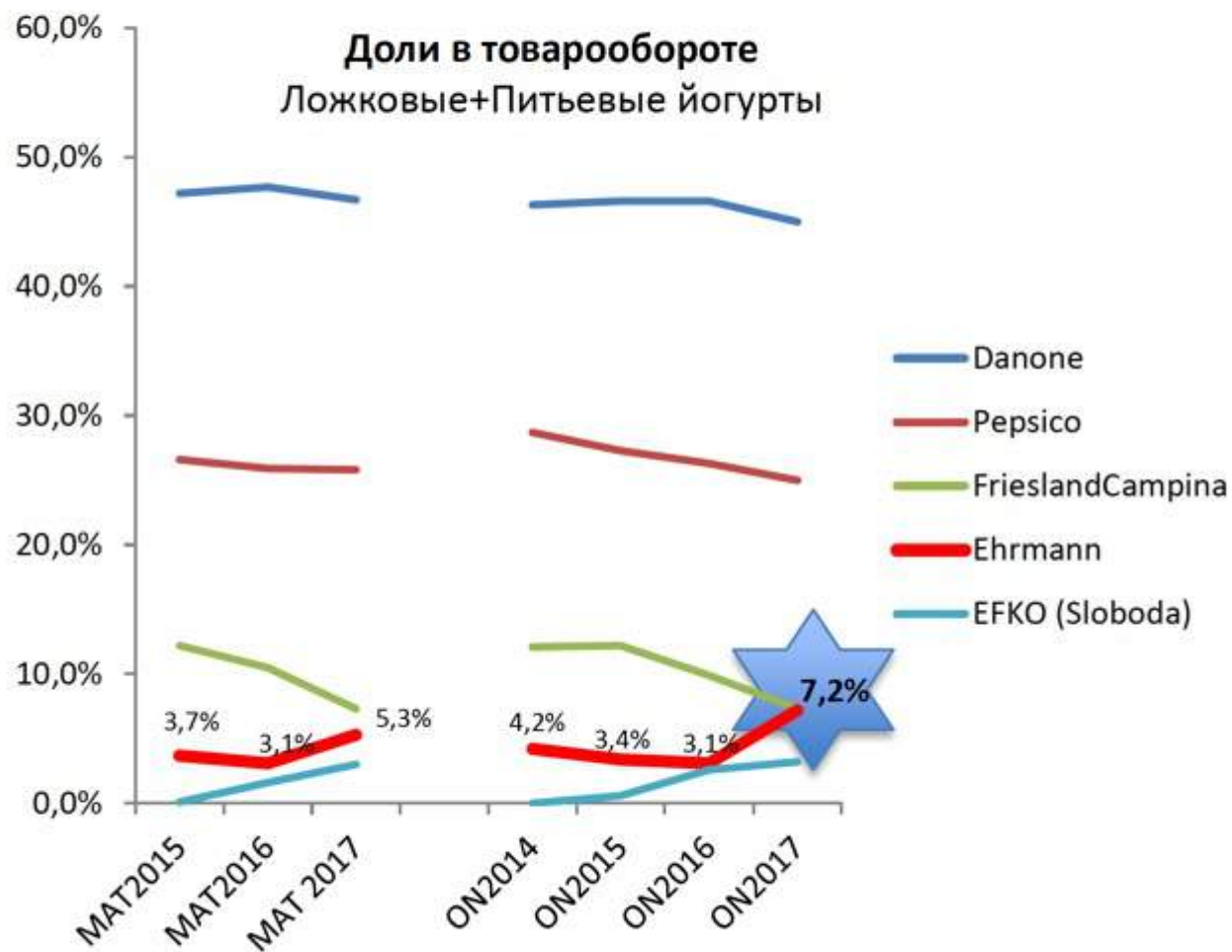
65 ккал  
в 100 г

апельсин,  
морковь, мюсли





# Результаты через год после запуска EPI CA



Всего за год мы не просто остановили падение доли рынка. **Мы более чем удвоили долю рынка Ehrmann** в товарообороте на рынке йогуртов!

На Окт-Ноя'17 Ehrmann стал №4 в Объемах (был №5) и подобрался вплотную к №3 в товарообороте!



# Последние результаты Фев/Мар'2018



**№3 в Деньгах (!!!), № 5 в Объемах**  
в свежих ложковых йогуртах



**№6 в Деньгах, № 9 в Объемах**  
в питьевых йогуртах



**№3 в Деньгах (!!!), № 4 в Объемах**  
на рынке йогуртов (ложковые + питьевые)



Взгляните на дизайн упаковки йогуртов EPI SA.



#### Визуальный слой

*Что покупатель видит, запоминает?*

Покупатель видит фирменный контрастный логотип и фуд-зону, которая представлена крупным изображением сочных свежих фруктов, что выгодно выделяет продукт на полке и акцентирует внимание на бренде.

#### Контекстный слой

*Что внутри, из чего все состоит?*

Покупатель видит надпись «Йогурт — натуральный состав», тем самым он выбирает здоровое питание и следит за своим здоровьем.

#### Конверсионный слой

*Зачем покупатель должен это купить?*

Покупатель видит на упаковке надпись о высоком содержании белка и низкой калорийности, что мотивирует его к покупке.





ЕРІСА – самый инновационный «запуск» в Европе по мнению Nielsen





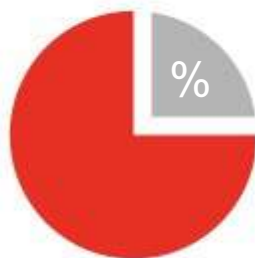
**ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ  
ОТ РАБОТЫ С НАМИ**



## ЧТО ВЫ ПОЛУЧИТЕ ОТ РАБОТЫ С НАМИ



**УВЕЛИЧЕНИЕ ВАЛОВОЙ  
ВЫРУЧКИ**



**УВЕЛИЧЕНИЕ ДОЛИ  
НА РЫНКЕ**



**СКОРОСТЬ ВОЗВРАТА  
ИНВЕСТИЦИЙ**



**УВЕЛИЧЕНИЕ  
ЧАСТОТНОСТИ  
ПОКУПКИ  
ТОВАРА/УСЛУГИ**



**МЫ ХОТИМ БЫТЬ №1  
В ДОСТИЖЕНИИ «ПЛАНОВ ПРОДАЖ»  
НАШИХ КЛИЕНТОВ**



## НАШИ ПАТЕНТОВАННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ



### © «Три Слая Эффективности»

Инструмент по созданию высокоэффективного коммерческого дизайна, использующего ВИЗУАЛЬНЫЙ, КОНТЕКСТНЫЙ и КОНВЕРСИОННЫЙ слои дизайна



### © «3D Поле Бренда»

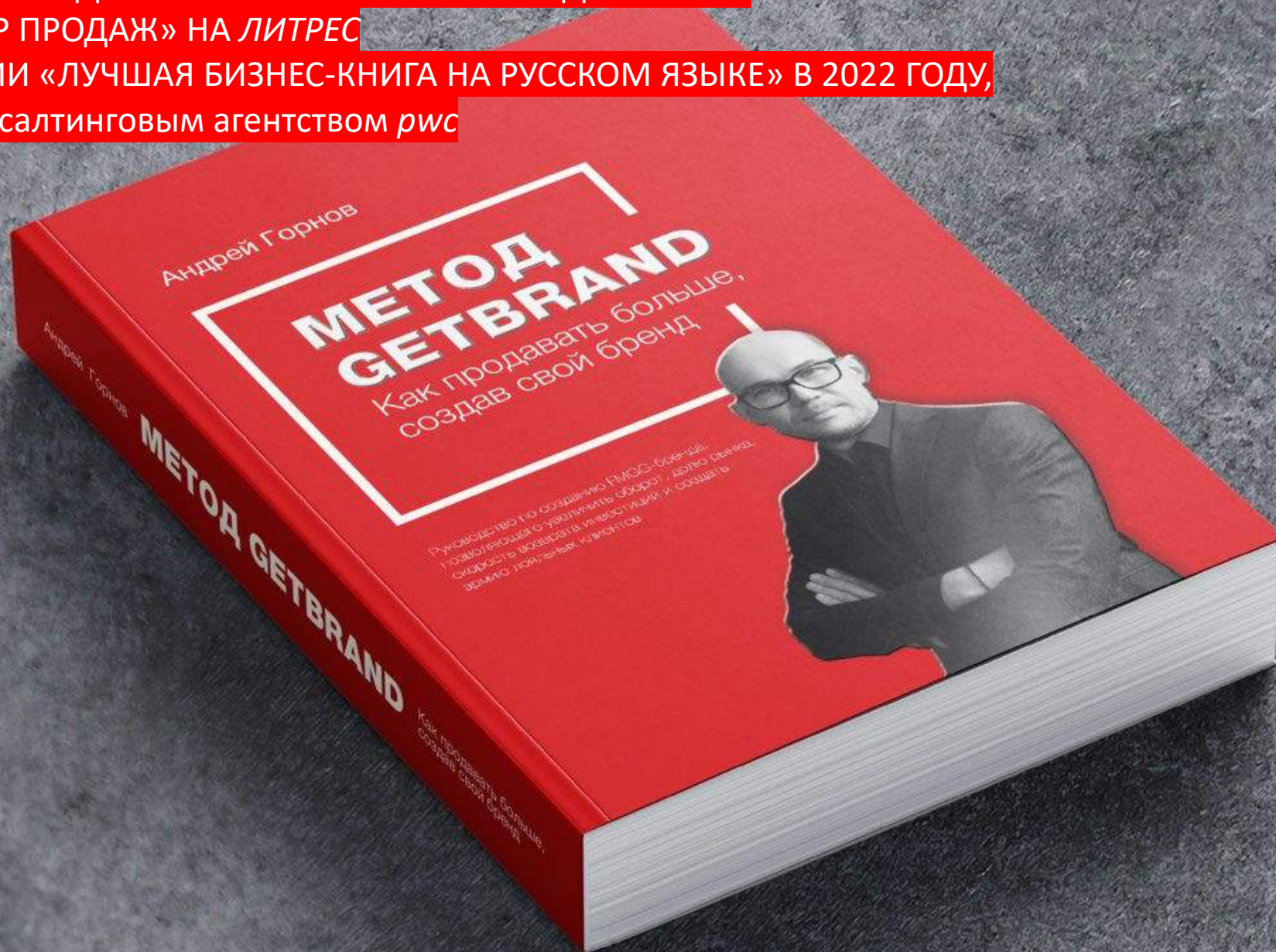
Инструмент по комплексному созданию бренда в разрезе ЦЕННОСТЬ / ПРОДУКТ / КОММУНИКАЦИЯ



### © «Платформы Роста»

Инструмент по созданию позиционирования бренда

МЫ НАПИСАЛИ И ИЗДАЛИ КНИГУ ПРО НАШИ МЕТОДЫ РАБОТЫ  
КНИГА – «ЛИДЕР ПРОДАЖ» НА ЛИТРЕС  
ЛАУРЕАТ ПРЕМИИ «ЛУЧШАЯ БИЗНЕС-КНИГА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ» В 2022 ГОДУ,  
выдвинутая консалтинговым агентством *rwc*





КНИГА СОДЕРЖИТ ЧЕК-ЛИСТЫ  
ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО АУДИТА  
И МНОЖЕСТВО ПОЛЕЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ

**Шаг 3.** Посмотрите на треугольную диаграмму внизу. Вершины или оси треугольника соответствуют одному из трех разделов теста — ЦЕННОСТЬ, ПРОДУКТ, КОММУНИКАЦИЯ. Посчитайте, сколько у вас положительных ответов в каждом из разделов и отметьте точкой на диаграмме число, соответствующее количеству ваших положительных ответов в каждом разделе на соответствующей оси диаграммы.



**Шаг 4.** Соедините точки между собой и закрасьте получившуюся внутри фигуру.

**Шаг 5.** Посмотрите на результат. В идеале диаграмма должна быть полностью закрашена. Это значит, что вы положи-

# 3D-ПОЛЕ БРЕНДА

Инструмент Getbrand для комплексной диагностики бренда

Аудит бренда:

## ЦЕННОСТЬ

КАКИМ ПОЛЬЗУ ВАШ БИЗНЕС МОЖЕТ ПРИМЕНИТЬ ПОКАЗАТЕЛИ

1. **ПОКУПАТЕЛЬ.** Хотите ли вы сделать предложение? Хотите ли вы продать его повторно?
2. **ПРОБЛЕМА.** Появляются ли у вас дополнительные проблемы, связанные с покупкой?
3. **РЕШЕНИЕ.** Хотите ли вы сделать, как ваш бизнес решает проблемы покупателей?
4. **УНИКАЛЬНОСТЬ.** Хотите ли вы сказать, чем ваше решение отличается от других ваших конкурентов?
5. **ПОВЫША.** Хотите ли вы повысить цену за продукт, предлагая то же самое качество?
6. **ЦЕНА ЗА ЦЕННОСТЬ.** Готовы ли вы инвестировать больше в ваш продукт?
7. **ПРОДАЖА.** Хотите ли вы сформировать, изменить или добавить каналы сбыта своего продукта?

## ПРОДУКТ

СООТВЕТСТВИЕ ВАШЕГО ПРОДУКТА ЦЕННОСТИ, РЕЛЕВАНТНОСТИ ДЛЯ ВАШЕГО ПОКУПАТЕЛЯ

1. **УНИКАЛЬНОСТЬ.** Хотите ли вы сказать, чем ваш продукт отличается от других ваших конкурентов?
2. **АССОРТИМЕНТ.** Считаете ли вы, что ваш продукт является частью оптимальной системы для вашего бизнеса?
3. **ПРЕДНАЗНАЧЕНИЕ.** Появляются ли у вас различия между вашим продуктом и конкурентами?
4. **ОСОБЕННОСТЬ.** Хотите ли вы сказать, какие вы хотите сделать, чтобы каждый из ваших продуктов?
5. **ХАРАКТЕРИСТИКИ.** Соответствует ли ваш продукт вашим ожиданиям покупателя?
6. **УДОБСТВО.** Удобно ли вам использовать ваш продукт?
7. **НАВИГАЦИЯ.** Понимает ли ваш покупатель, как использовать ваш продукт?

## КОММУНИКАЦИЯ

ТРАНСФОРМИРУЕМ ИНФОРМАЦИЮ ПОКУПАТЕЛЯ О ХАРАКТЕРИСТИКАХ И ВЫГОДАХ ВАШЕГО ПРОДУКТА

1. **ЧТО?** Понимает ли ваш покупатель, зачем ему нужен ваш продукт?
2. **КАК?** Хотите ли вы, чтобы покупатель понимал, почему ваш продукт является лучшим выбором для его бизнеса?
3. **КОГДА?** Хотите ли вы рассказать о своем продукте, когда он наиболее актуален?
4. **ИСТОРИЯ.** Рассказываете ли вы о том, кто ваш продукт?
5. **СТРАТЕГИЯ.** Считаете ли вы, что стратегия вашего бизнеса является частью вашего продукта?
6. **ВЛИЯНИЕ.** Хотите ли вы сказать, как ваш продукт влияет на бизнес, который вы хотите сделать?
7. **СТАТИСТИКА И КОНТРОЛЬ.** Есть ли у вас конкретная информация о статистике, связанной с вашим бизнесом?

### Как это работает?

1. Ответьте на вопросы в каждом пункте в трех основных разделах ЦЕННОСТЬ, ПРОДУКТ, КОММУНИКАЦИЯ, отмечая количество точек или звезд. Если вы ответите «да», то поставьте галочку и количество звезд. Если «нет», то поставьте галочку и количество звезд.
2. Посчитайте количество отмеченных галочек в каждом разделе.
3. Посмотрите на треугольную диаграмму сверху. Вершины или оси треугольника соответствуют трем разделам теста — ЦЕННОСТЬ, ПРОДУКТ, КОММУНИКАЦИЯ. Посчитайте, сколько у вас отмеченных галочек в каждом из разделов, и отметьте точкой на диаграмме число, соответствующее количеству ваших положительных ответов в каждом разделе на своей оси диаграммы.
4. Соедините точки между собой и закрасьте получившуюся внутри фигуру.
5. Посмотрите на результат. В идеале диаграмма должна быть полностью закрашена. Это значит, что вы полностью отвечаете на все вопросы, и ваш бренд может работать. Но если вы не смогли ответить на некоторые вопросы удовлетворительно, то посмотрите, какие разделы нуждаются в доработке. Для этого лучше всего использовать наш сервис для оценки.





## МЕТОД GETBRAND

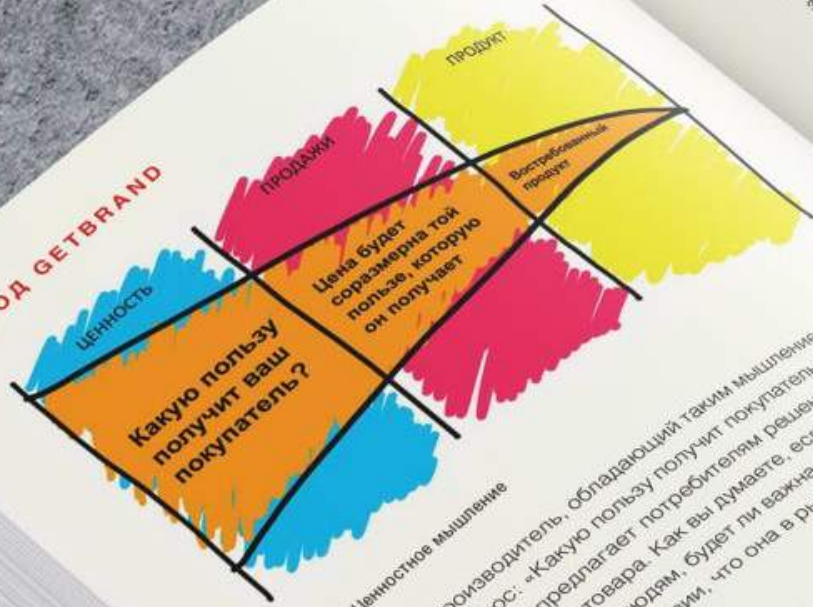


Рис. 2. Ценностное мышление

Производитель, обладающий таким мышлением, задает себе вопрос: «Какую пользу получит покупатель от моего продукта?» И предлагает потребителям решение их проблем в максимально полезном для них виде. Как вы думаете, если продукт действительно полезен людям, будет ли важна для успешных продаж его цена (при условии, что она в рынке)?

**Люди готовы платить ту цену, сколько пользы принесит им ваш продукт. И в большинстве случаев готовы платить выше рынка.**

Бентли стоит дорого, но обладатель этого автомобиля решает с его помощью сразу несколько задач: скорость, на-

## Глава 2. Эффективный бренд как отклик

дежность, комфорт, удовлетворение своих эстетических потребностей. И, конечно, это отличный пример демонстрации в топе потребления, всеобщего признания — «У меня «Бентли», значит, я особенный». По этой же причине уже много лет плоть именно эту марку смартфонов, iPhone никогда не упустит в цене (в обозримом будущем), цена будет лишь расти от одной модели к другой.

При этом обладатель ценностного мышления не делает все подряд. Например, тот же «Бентли» никогда (я надеюсь) не выпустит автомобиль в кузове пикап, минивэн или компакт-класса, хотя рынок для данных автомобилей в этих категориях огромен. «Бентли» производит только тот продукт, за который клиент только его ценит. Знание и понимание этой аудитории — источник его дохода.

**Создание бренда на основе ценности для своего покупателя — удел не только megacorporation. Это то, что может и должен сделать любой предприниматель, который производит качественный продукт, который решает реальные проблемы покупателей.**

А каким мышлением обладаете вы? Если, читая эти строки, вы поняли, что вам по-прежнему руководит производством, но мышление, то пора меняться.



**КНИГА – ЭТО ПОШАГОВАЯ ИНСТРУКЦИЯ  
ПО СОЗДАНИЮ СОБСТВЕННОГО БРЕНДА.  
КНИГА ВСТРОЕНА В АДАПТАЦИОННЫЕ КОРПОРАТИВНЫЕ ПРОГРАММЫ  
ВО МНОГИХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ КОМПАНИЯХ**

## МЕТОД GETBRAND

А теперь давайте найдем позицию. Посмотрите на карту «Платформы роста». Вы знаете свой продукт и позицию. Найдите, для кого вы производите ваш продукт. Выберите один или два смежных сектора. Определите наиболее подходящие вашему продукту. Сформулируйте «Элементы бренда». Если вы можете сформулировать ваше позиционирование коротко в одном, максимум в двух предложениях и позиционирование должны быть понятны вашим потребителям. Люди всегда будут воспринимать и запоминать только простое и четко сформулированные предложения. Это все, что вам потребуется для развития вашего бренда.

## Три слоя эффективности

«Три слоя эффективности» — это моя авторская методология создания коммерчески эффективного дизайна. Как вы думаете, каким ключевым параметрам должны соответствовать дизайн упаковки, дизайн рекламы или дизайн коммерческого пространства (магазина, кафе, салона красоты, банка, рынок, автоцентра и т. д.), чтобы увеличивать денежный поток для собственника бизнеса при условии, что его продукт соответствует общим требованиям рынка? За свою карьеру я слышал много определений. Например, что дизайн должен

## ПЛАТФОРМЫ РОСТА



### Как это работает?

Самостоятельно можно и нужно работать по методологии Getbrand. Но если вы хотите получить более глубокое понимание и поддержку, то лучше всего обратиться к специалистам. Мы предлагаем вам следующие варианты сотрудничества:

- 1. Консультации по телефону или в офисе.
- 2. Индивидуальные тренинги.
- 3. Групповые тренинги.
- 4. Разработка стратегии и бизнес-плана.
- 5. Разработка дизайна упаковки, рекламы, сайта.
- 6. Разработка дизайна коммерческого пространства.
- 7. Разработка дизайна интерьера.
- 8. Разработка дизайна экстерьера.
- 9. Разработка дизайна ландшафта.
- 10. Разработка дизайна мебели.
- 11. Разработка дизайна одежды.
- 12. Разработка дизайна обуви.
- 13. Разработка дизайна аксессуаров.
- 14. Разработка дизайна косметики.
- 15. Разработка дизайна парфюмерии.
- 16. Разработка дизайна ювелирных изделий.
- 17. Разработка дизайна часов.
- 18. Разработка дизайна очков.
- 19. Разработка дизайна сумок.
- 20. Разработка дизайна обуви.

Свяжитесь с нами по телефону +7 (495) 115-11-11 или на сайте [www.getbrand.ru](http://www.getbrand.ru)



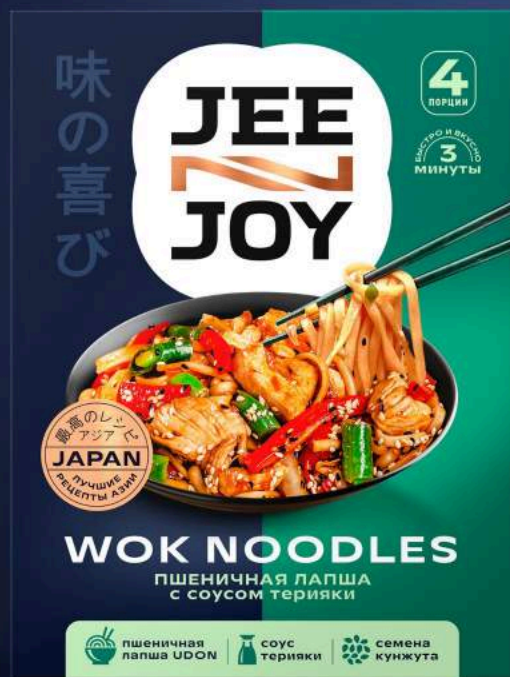


# РАБОТЫ

НАШИ РАБОТЫ ПО СОЗДАНИЮ БРЕНДА «С НУЛЯ»

- исследования
- разработка позиционирования
- нейминг (проверки + регистрация в ФИПС)
- дизайн логотипа и упаковки
- подготовка файлов к производству











味の喜び

**JEE  
JOY**

4  
ПОРЦИИ

3  
МИНУТЫ  
ВЫСТРО И ВКУСНО

最高のレシピ  
アジア  
**JAPAN**  
лучшие  
рецепты Азии

**WOK NOODLES**

ПШЕНИЧНАЯ ЛАПША  
с соусом терияки



пшеничная  
лапша UDON



соус  
терияки



семена  
кунжута





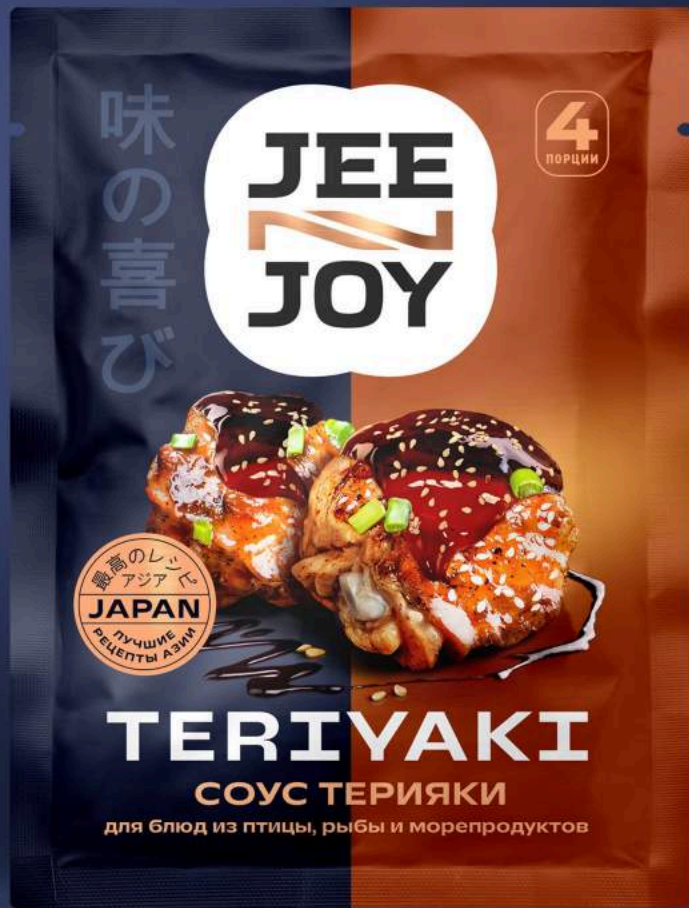
















**РОЛЛ  
ФИЛАДЕЛЬФИЯ**  
с лососем и крабом

Состав: рис, нори, креветки, лососёвый филе, сыр Филадельфия, краб, майонез, специи, сахар, лимонный сок, соль

Код на весок: 314

**РОЛЛ  
ФИЛАДЕЛЬФИЯ**  
с лососем и авокадо

Состав: рис, нори, сыр Филадельфия, филе лосося, бекон, авокадо, майонез, специи, сахар, соль

Код на весок: 313



**ИДЕАЛЬНОЕ  
ДОПОЛНЕНИЕ  
К РОЛЛАМ**





ИСТИННОЕ  
НАСЛАЖДЕНИЕ  
ОТ ВКУСА





# СВЯТЫННИ

С  
В  
Я  
Т  
Ы  
Н  
Н  
И

ВРЕМЯ ВКУСНОГО ПЕРЕКУСА







# АУДИТ ПО МЕТОДИКЕ «ТРИ СЛОЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ»



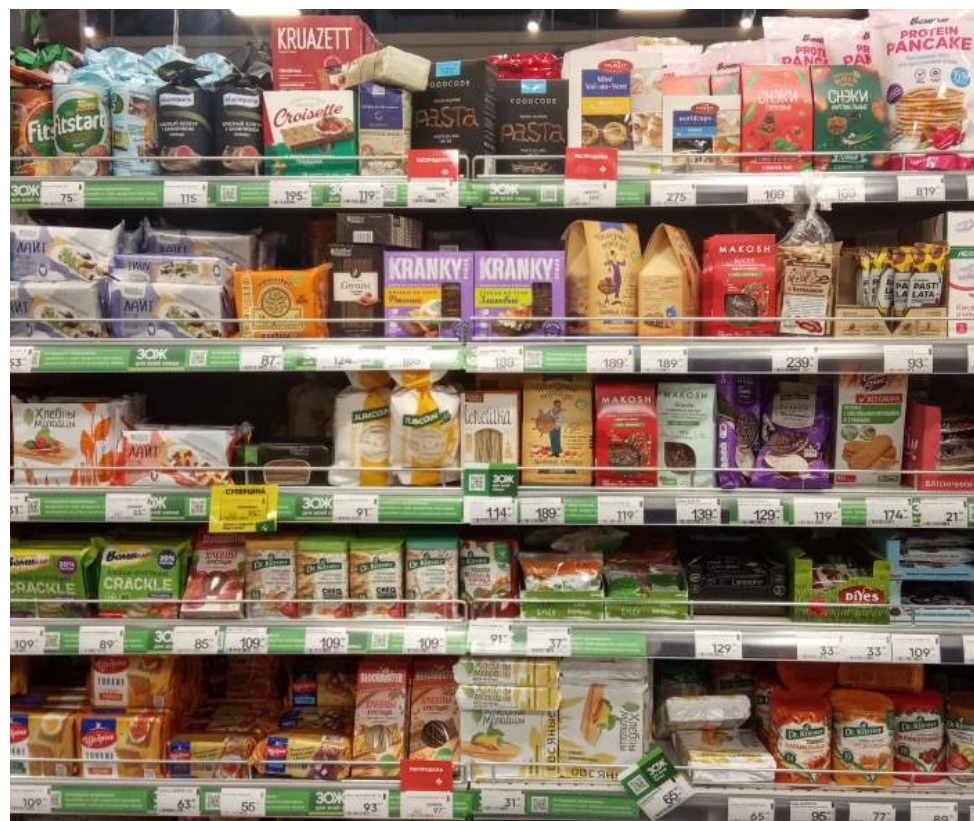
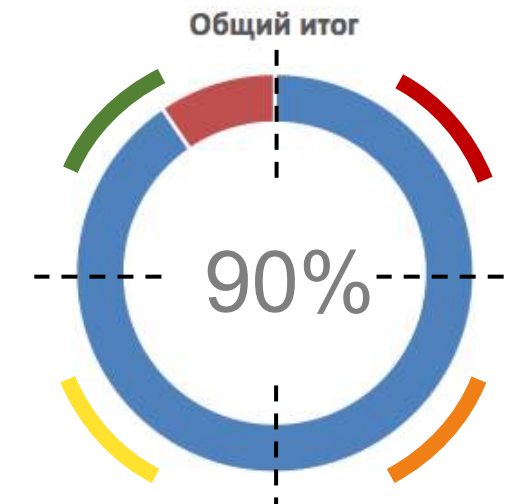
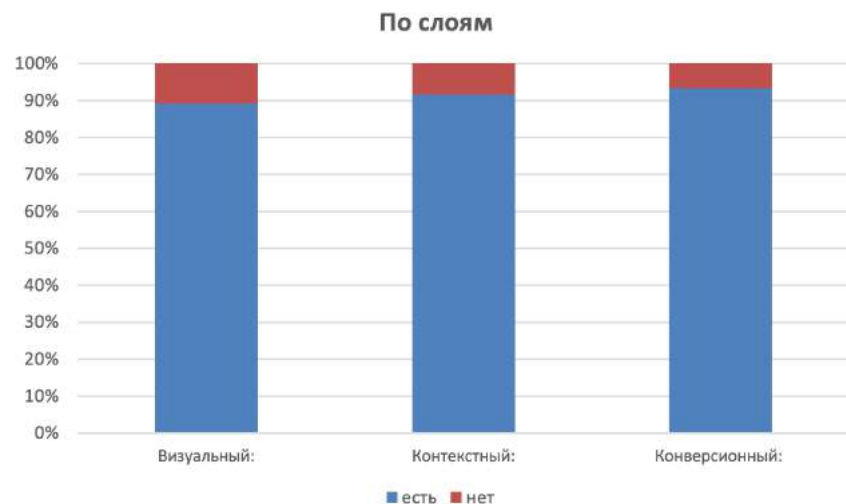




Визуальный слой	Mark	Max
1.1. Заметность упаковки в категории (на полке)	10	10
1.2. Заметность и читаемость логотипа/бренд-персонажа	10	10
1.3. Запоминаемость логотипа/бренд-персонажа	9	10
1.4. Актуальность потребителю: соответствие визуальному миру потребителя и ассоциативному полю категории	10	10
1.5. Товары категории «Food»: фудзона: аппетитность, натуральность, соответствие продукту	10	10
1.6. Уникальность: не возникает путаницы с другими брендами и продуктами	9	10
1.7. Узнаваемость дополнительных визуальных элементов и их единство	10	10
1.8. Узнаваемость формы упаковки	5	10
1.9. Навигация и скорость восприятия (продукт-лого-преимущества): «Легко ли быстро считать упаковку?»	8	10
1.10. Визуальная дифференциация внутри линейки (по SKU)	7	10
1.11. Соответствие элементов фирменного стиля смыслом: «Я понимаю, о чем этот дизайн»	8	10
1.12. Заметная зона для преимуществ продукта	10	10
1.13. Соответствие дизайна категории продукта	10	10
<b>Итог:</b>	<b>116</b>	<b>130</b>

Контекстный слой	Mark	Max
2.1. Понятно, что за продукт внутри	10	10
2.2. Легко считывается категория продукта (текст)	10	10
2.3. Понятны ингредиенты или свойства: «Из чего состоит продукт, какой он, какие вкусы?»	9	10
2.4. Понимание аудитории: «На кого ориентирован продукт?»	8	10
2.5. Логотип / бренд-персонаж способствуют донесению ценностей бренда и характеристик продукта	10	10
2.6. Информативность оборотной стороны (среднее значение оценок по пунктам 2.6.1-2.6.6)	8	10
2.6.1. Состав	6	10
2.6.2. Пищевая ценность	10	10
2.6.3. Инструкции по приготовлению / употреблению / пример рецепта с данным продуктом	6	10
2.6.4. Срок годности	8	10
2.6.5. Обратная связь	10	10
2.6.6. Легко сориентироваться в текстовом блоке (найти необходимую информацию)	8	10
<b>Итог:</b>	<b>55</b>	<b>60</b>

Конверсионный слой	Mark	Max
3.1. Отражены суть /позиционирование бренда (через слоган, ключевое сообщение или другие элементы)	10	10
3.2. Раскрыты RTB (характеристики продукта подтверждены сутью и ценностями бренда)	9	10
3.3. Раскрыты преимущества продукта (среднее значение оценок по пунктам 3.3.1-3.3.2)	9	10
3.3.1. Раскрыты рациональные преимущества (уникальные свойства, преимущества, выгоды для покупателя и т.д.)	8	10
3.3.2. Раскрыты эмоциональные преимущества (атрибуты продукта или бренда вызывают эмоциональный отклик у покупателя, вызывают чувство причастности или помогают отразить индивидуальность)	10	10
<b>Итог:</b>	<b>28</b>	<b>30</b>



















# КРАНКУ TIMES

ВРЕМЯ ВКУСНОГО ПЕРЕКУСА

Натуральный  
БЕЗ ГМО,  
УСИЛИТЕЛЕЙ ВКУСА,  
КРАСИТЕЛЕЙ  
ПРОДУКТ





# KRANKY – ПЕРВЫЕ ХЛЕБЦЫ ИЗ ПЕЧИ

ВРЕМЯ ВКУСНОГО ПЕРЕРЫВА ПРИШЛО





# +153%

Рост продаж Q3 vs Q2





# УЖЕ ПРИШЛИСЬ ПО ВКУСУ

*Неожиданно вкусные хлебцы,  
в меру жесткие и толщина,  
что надо)  
Очень понравились!*

Виктория, г. Екатеринбург, 33 года



## Хлебцы «KRANKY Times» Злаковые

Общий рейтинг (29 оценок)

4.9

Вкус



Состав



Упаковка



Полезность



Стоимость





# ГЕОГРАФИЯ ПРОДАЖ В РФ И СНГ

 Перекрёсток



36%

ЕКАТЕРИНБУРГ И  
СВЕРДЛОВСКАЯ  
ОБЛАСТЬ

24%

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ И  
СВЕРДЛОВСКАЯ  
ОБЛАСТЬ

 азбука вкуса







ТВОРОЖОК СО ВКУСОМ КРЕМ - БРЮЛЕ  
С НАСЫПКОЙ ИЗ ШОКОЛАДА,  
КАРАМЕЛИ, АРАХИСА  
И ХРУСТЯЩИХ  
ШАРИКОВ



ТВОРОЖОК СО ВКУСОМ ЯГОДНОГО  
МОРОЖЕНОГО И НАСЫПКОЙ ИЗ  
МАРШМЕЛЛОУ, МАРМЕЛАДА  
БАББЛ ГАМ И ХРУСТЯЩИХ  
ШАРИКОВ



ТВОРОЖОК СО ВКУСОМ ЯГОДНОГО  
МОРОЖЕНОГО И НАСЫПКОЙ ИЗ  
МАРШМЕЛЛОУ, МАРМЕЛАДА  
БАББЛ ГАМ И ХРУСТЯЩИХ  
ШАРИКОВ



ТВОРОЖОК СО ВКУСОМ ЯГОДНОГО  
МОРОЖЕНОГО И НАСЫПКОЙ ИЗ  
МАРШМЕЛЛОУ, МАРМЕЛАДА  
БАББЛ ГАМ И ХРУСТЯЩИХ  
ШАРИКОВ



ТВОРОЖОК СО ВКУСОМ КРЕМ - БРЮЛЕ  
С НАСЫПКОЙ ИЗ ШОКОЛАДА,  
КАРАМЕЛИ, АРАХИСА  
И ХРУСТЯЩИХ  
ШАРИКОВ



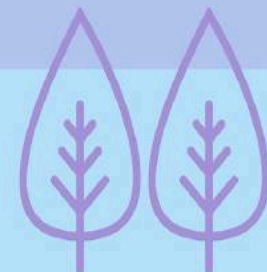
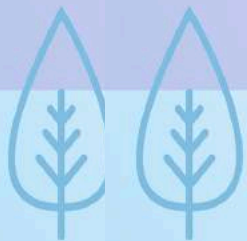




















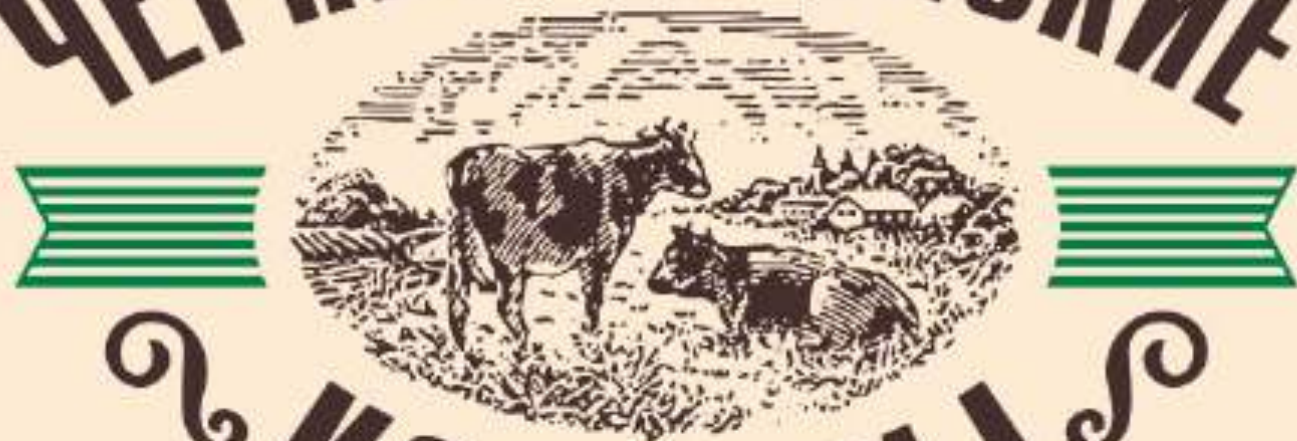
64

ЗАМАНИВАЯ ЦЕНА



МЯСНЫЕ ПРОДУКТЫ РОДНОГО КРАЯ

**ЧЕРНЫШИХИНСКИЕ**



**КОЛБАСЫ**



Клиент: «Чернышихинский МК»  
Проект: «Чернышихинские колбасы»  
- колбасные изделия

**Задача:**  
Провести ребрендинг продукции «Чернышихинский МК» с целью создание сильного регионального бренда колбасных изделий для Нижегородской области.

**Что мы делали:**  
Позиционирование  
Нейминг  
Дизайн логотипа  
Дизайн упаковки  
Иллюстрации

**Результат:**  
В результате производитель «Чернышихинские колбасы» получил мощное оружие для конкурентной борьбы у себя в регионе — бренд с понятным позиционированием и внятной коммуникацией — «продукты родного края».

БЫЛО











МЯСНЫЕ ПРОДУКТЫ РОДНОГО КРАЯ  
**ЧЕРНЫШИХИНСКИЕ КОЛБАСЫ**  
Свежие колбасы из села Чернышихи  
Нижегородской области  
**МАДЕРА**  
КОЛБАСА СЫРОКОПЧЕНАЯ БЕЗ  
ТУ 9213-003-54780900-05 COM

МЯСНЫЕ ПРОДУКТЫ РОДНОГО КРАЯ  
**ЧЕРНЫШИХИНСКИЕ КОЛБАСЫ**  
Свежие колбасы из села Чернышихи  
Нижегородской области  
**СЕРВЕЛАТ КЛАССИК**  
КОЛБАСА СЫРОКОПЧЕНАЯ БЕЗ  
ТУ 9213-713-00419779-02 COM





НАТУРАЛЬНОЕ  
КОПЧЕНИЕ НА  
ОЛЬХОВОЙ  
ЩЕПЕ

ДЕЛО  
ВКУСА

СДЕЛАНО НА СОВЕСТЬ!

КОЛБАСА  
СЫРОКОПЧЕНАЯ  
НАТУРАЛЬНАЯ

ДЕРЕВНЯ  
МЕРКУЛЬЕВО  
БРЯНСКОЙ  
ОБЛАСТИ



РУЧНОЙ ТРУД

ДЕЛО  
ВКУСА

СДЕЛАНО НА СОВЕСТЬ!

САРДЕЛЬКИ  
С МОЦАРЕЛЛОЙ  
в натуральной оболочке



МЫ ДЕЛАЕМ ВКУСНЫЕ МЯСНЫЕ ПРОДУКТЫ  
ДЛЯ ВАС, НАШИХ СЕМЕЙ И ДРУЗЕЙ!  
ЭТО НЕ ПРОСТО БИЗНЕС – ЭТО ДЕЛО ЖИЗНИ  
И МЫ ДЕЛАЕМ ЕГО НА СОВЕСТЬ!

ДЕРЕВНЯ  
МЕРКУЛЬЕВО  
БРЯНСКОЙ  
ОБЛАСТИ



РУЧНОЙ ТРУД

находимся  
в экологически  
чистой местности

отбираем лучшее  
местное фермерское  
мясо

контролируем  
качество каждого  
изделия, поэтому  
производству это  
сделать просто!



ДЕЛО  
ВКУСА

СДЕЛАНО НА СОВЕСТЬ!

ХУТОРСКАЯ  
КОЛБАСА ПОЛУКОПЧЕНАЯ  
НАТУРАЛЬНОЕ КОПЧЕНИЕ

ДЕРЕВНЯ  
МЕРКУЛЬЕВО  
БРЯНСКОЙ  
ОБЛАСТИ



РУЧНОЙ ТРУД





ДЕЛО ВКУСА  
СДЕЛАНО НА СОВЕТЫ

ХУТОРСКАЯ  
КОПЧЕНАЯ ПОЛУКОПЧЕНАЯ  
КОПЧЕНАЯ  
НАТУРАЛЬНОЕ КОПЧЕНИЕ



РУЧНОЙ ТРУД





*Сделано  
на совесть!*  
*Родина С. В.*





**РОДНЫЕ  
УГОДЬЯ**

*Вкусные колбасы  
родной Нижегородчины*

**СЕРВЕЛАТ  
ЮБИЛЕЙНЫЙ**

КОЛБАСА ВАРЕНО-КОПЧЕНАЯ



**РОДНЫЕ  
УГОДЬЯ**

*Вкусные колбасы  
родной Нижегородчины*

**ОНЕЖСКАЯ**

КОЛБАСА ПОЛУКОПЧЕНАЯ



**РОДНЫЕ  
УГОДЬЯ**

*Вкусные колбасы  
родной Нижегородчины*

**СЕРВЕЛАТ  
МОСКОВСКИЙ**

КОЛБАСА ВАРЕНО-КОПЧЕНАЯ









**ЯСНАЯ ГОРКА**

ВКУСНО, ЛЕГКО, ПОЛЕЗНО!

Колбаса  
**ПОСОЛЬСКАЯ**

КОЛБАСНОЕ ИЗДЕЛИЕ ПОЛУКОПЧЕНОЕ ИЗ МЯСА ПТИЦЫ

НАТУРАЛЬНОЕ СПЕЦИИ И ТРАВЫ

НЕЖНОЕ КУРИНОЕ МЯСО

ЛЕГКАЯ ЖИЗНЬ





3  
в кипящей  
воде, и готово

Ясная  
Горка  
ВКУСНО, ЛЕГКО,  
ПОЛЕЗНО!

Легкая  
жизнь

Сосиски  
Молочные

из мяса птицы

Нежное  
куриное мясо

Натуральные  
специи и пряности





КЛИНСКИЙ

КЛИНСКИЙ

КЛИНСКИЙ  
Гранд Шеф

КЛИНСКИЙ  
Гранд Шеф

# Гранд Шеф

# Гранд Шеф

Колбаски ИЗ СВИНИНЫ

Колбаски ИЗ КУРИНОГО ФИЛЕ

*В аргентинском соусе*

*В соусе карри*

РАЗОГРЕТЬ  4 мин

С НАТУРАЛЬНЫМИ ПРИКОСМАМИ И СПЕЦИЯМИ

МАКЛАЯ ОСТРЫЙ ВКУС

РАЗОГРЕТЬ  4 мин

С НАТУРАЛЬНЫМ САЖОЧНЫМ МАСЛОМ И СПЕЦИЯМИ

В СОСТАВЕ ТОЛЬКО КУРИНОЕ МЯСО



**КЛИНСКИЙ**

# Гранд Шеф

Колбаски ИЗ КУРИНОГО ФИЛЕ

*В соусе карри*

РАЗГРЕТЬ В ПАКЕТЕ

С ВАКУУМНОЙ ЗАПЕЧКОЙ И СОУСОМ

В СОСТАВЕ ПОЛНОКРУПНОГО КУРИНОГО МЯСА



**КЛИНСКИЙ**

# Гранд Шеф

Колбаски ИЗ СВИНИНЫ

*В аргентинском соусе*

РАЗГРЕТЬ В ПАКЕТЕ

С ВАКУУМНОЙ ЗАПЕЧКОЙ И СОУСОМ

В СОСТАВЕ ПОЛНОКРУПНОГО КУРИНОГО МЯСА



**КЛИНСКИЙ**

# Гранд Шеф

Колбаски ИЗ СВИНИНЫ

*В аргентинском соусе*

РАЗГРЕТЬ В ПАКЕТЕ

С ВАКУУМНОЙ ЗАПЕЧКОЙ И СОУСОМ

В СОСТАВЕ ПОЛНОКРУПНОГО КУРИНОГО МЯСА



**КЛИНСКИЙ**

# Гранд Шеф

Колбаски ИЗ СВИНИНЫ

*В соусе карри*

РАЗГРЕТЬ В ПАКЕТЕ

С ВАКУУМНОЙ ЗАПЕЧКОЙ И СОУСОМ

В СОСТАВЕ ПОЛНОКРУПНОГО КУРИНОГО МЯСА



**КЛИНСКИЙ**

# Гранд Шеф

Колбаски ИЗ КУРИНОГО ФИЛЕ

*В соусе карри*

РАЗГРЕТЬ В ПАКЕТЕ

С ВАКУУМНОЙ ЗАПЕЧКОЙ И СОУСОМ

В СОСТАВЕ ПОЛНОКРУПНОГО КУРИНОГО МЯСА















Кондитерские изделия  
ручной работы  
ул. Большая Рязанская, 34  
8 (926) 787 4568







# КОНДИТЕРСКИЕ ИЗДЕЛИЯ КОФЕ



## CAFE MENU

Americano	\$4.99
Espresso	\$3.00
Latte	\$4.99
Vanilla Latte	\$4.75
Cappuccino	\$6.99
Mocha	\$5.99
Chocolate	\$4.99
Iced Latte	\$5.75
Iced Mocha	\$6.99
Orange Juice	\$2.99
Apple Juice	\$2.99









# BREAD & BIT









**BREAD & BUTTER**

**VEGAN BEAT**

СЕНДВИЧ С ОВОЩАМИ ГРИЛЬ

ВЛАЖНАЯ САЛЮЕТКА ВНУТРИ  
300 ККАЛ  
ВЕГАНСКИЙ  
ЛАВАШ

**BREAD & BUTTER**

**FIT BEAT**

СЕНДВИЧ С РОСТЕИФОМ

ВЛАЖНАЯ САЛЮЕТКА ВНУТРИ  
300 ККАЛ  
СОЛОДОВАЯ  
БУЛОЧКА

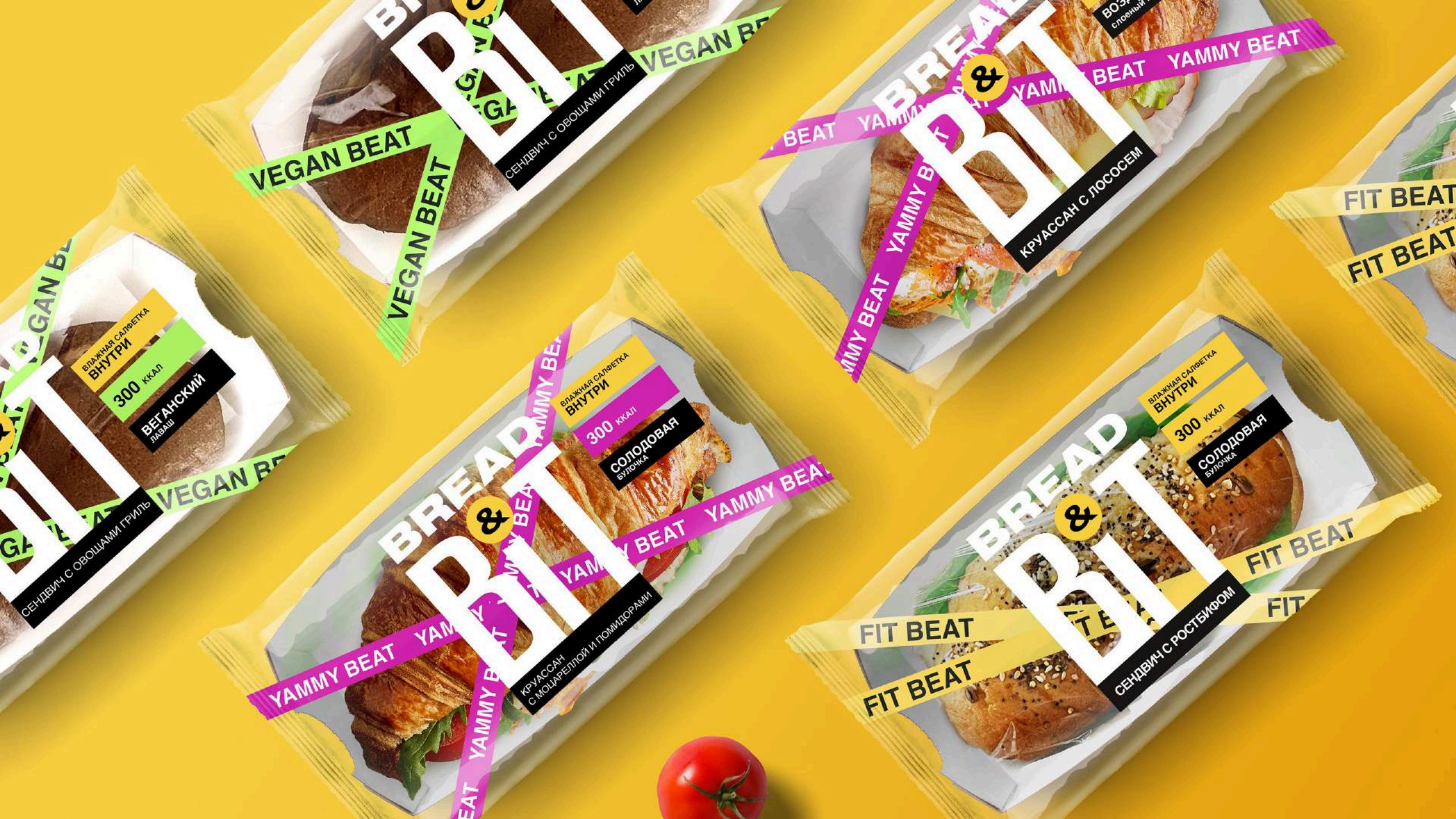
**BREAD & BUTTER**

**YAMMY BEAT**

СЕНДВИЧ С ТОММОРАМИ

ВЛАЖНАЯ САЛЮЕТКА ВНУТРИ  
300 ККАЛ  
СОЛОДОВАЯ  
БУЛОЧКА





VEGAN BEAT

VEGAN BEAT

СЕНДВИЧ С ОВОЩАМИ ГРИЛЬ

VEGAN BEAT

BEAT YAMMY BEAT YAMMY BEAT YAMMY BEAT

КРУАССАН С ЛОСОСЕМ

FIT BEAT

FIT BEAT

VEGAN BEAT

ВЛАЖНАЯ САЛЕТКА ВНУТРИ

300 ККАЛ

ВЕГАНСКИЙ ЛАВАШ

СЕНДВИЧ С ОВОЩАМИ ГРИЛЬ

VEGAN BEAT

BEAT YAMMY BEAT YAMMY BEAT YAMMY BEAT

ВЛАЖНАЯ САЛЕТКА ВНУТРИ

300 ККАЛ

СОЛОДОВАЯ БУЛОЧКА

КРУАССАН С МОЛЛАРЕЛЛОЙ И ГОМБИДОРАМИ

BEAT YAMMY BEAT YAMMY BEAT YAMMY BEAT

BEAT YAMMY BEAT YAMMY BEAT YAMMY BEAT

ВЛАЖНАЯ САЛЕТКА ВНУТРИ

300 ККАЛ

СОЛОДОВАЯ БУЛОЧКА

СЕНДВИЧ С РОСТБИКОМ

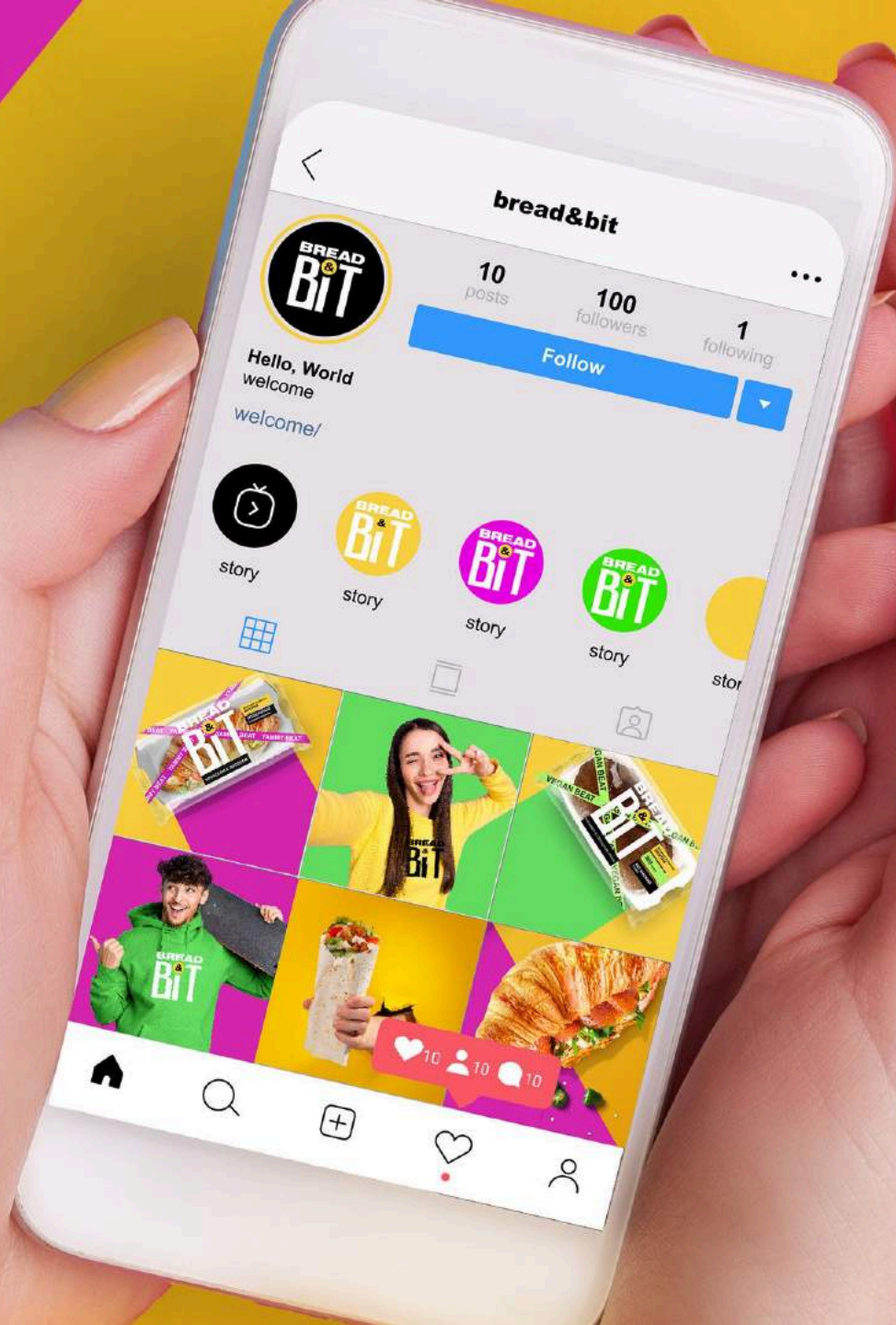
FIT BEAT

FIT BEAT

FIT BEAT







bread&bit



10

posts

100

followers

1

following

Follow

Hello, World  
welcome  
welcome/



story



story



story



story



stor







ВЫПЕКАЮ НА СОВЕТАХ  
**Хлебный  
МАСТЕР**

**ХЛЕБ ПШЕНИЧНЫЙ**  
ВЫПЕКАЕМ ИЗ СОБСТВЕННОЙ МУКИ

- ✓ проверенные поставщики
- ✓ мука из отборного зерна
- ✓ контроль качества на всех этапах







ВЫПЕКАЮ

НА СОВЕСТЬ



# Хлебный МАСТЕР

**ХЛЕБ ПШЕНИЧНЫЙ**  
ВЫПЕКАЕМ ИЗ СОБСТВЕННОЙ МУКИ

- ✓ проверенные поставщики
- ✓ мука из отборного зерна
- ✓ контроль качества на всех этапах



ОТ ПЕЧИ ДО ПРИДАВКА 4 ЧАСА





**ХЛЕБ ПШЕНИЧНЫЙ**  
ВЫПЕКАЕМ ИЗ СОБСТВЕННОЙ МУКИ

- ✓ проверенные поставщики
- ✓ мука из отборного зерна
- ✓ контроль качества на всех этапах



ОТ ПЕЧИ ДО ПРИЛАВКА 4 ЧАСА

**Так мы готовим хлеб**  
контролируя качество на всех этапах

### 1 подготовка

Подготавливаем ингредиенты  
60 мин.

Готовим закваску  
150 мин.

### 2 приготовление

Замешиваем тесто  
80 мин.

Формируем хлеб  
60 мин.

Выпекаем хлеб  
40 мин.

### 3 доставка

Доставляем в магазины  
60 мин.

от печи до прилавка 4 часа









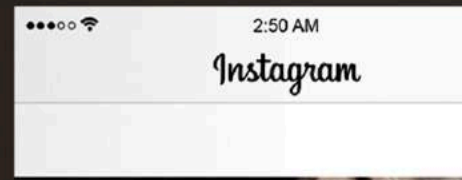
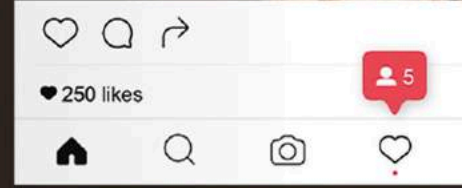
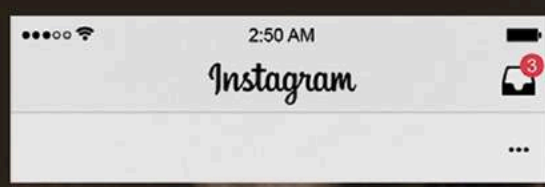
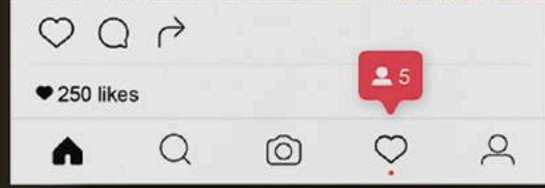
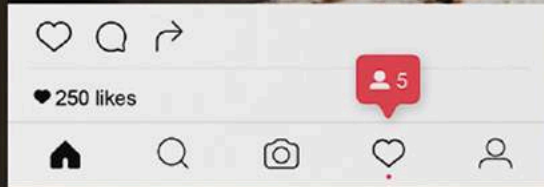
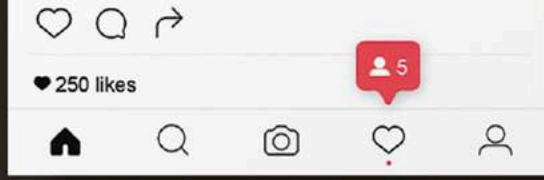
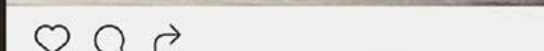
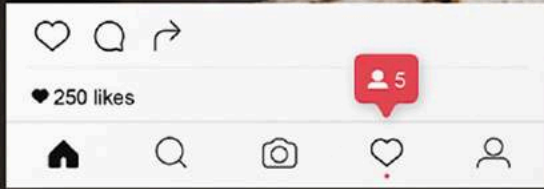
















Пшеничный паровой хлеб 250г  
Рыбный хлеб Хлебозавод №3  
Москва, Россия

23 89

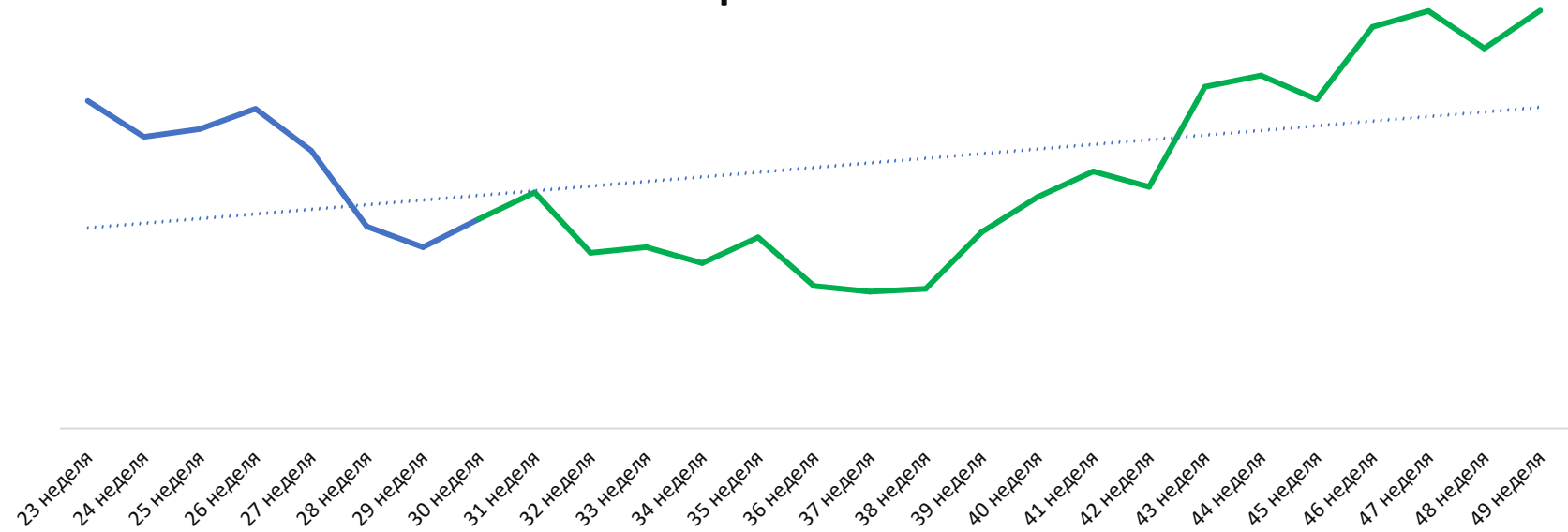
Армянский хлеб 250г  
№2 Пшеница Рязань

34 79





# Хлеб Мариинский ХМ



Классическая категория. ЦА - консерваторы, традиционалисты.

Сложности, с которыми столкнулись:

1. Консерватизм потребителя, несмотря на «тренды рынка»: «- ой, не знаю, возьми как всегда, не выдумывай», «красивый, наверное дорогой»
2. Отсутствие «истории продаж» для федеральных сетей: «- а зачем вам это надо? Продается же неупакованный нормально?.. Сомневаемся..»
3. «Привычка» отдела продаж: «- съездил на переговоры, пока не стал бренд предлагать, потом свожу, завел им в старой упаковке, у него история больше..»







ВЫПЕКАЮ НА СОВЕСТЬ

**Хлебный  
МАСТЕР**

СДЕЛАНО МАСТЕРАМИ  
СДЕЛАНО в УДМУРТИИ

СДЕЛАНО  
в  
УДМУРТИИ

Технолог  
Елена Дружинина







Лёгкое  
меню

Десертный  
ХЛЕБ | бездрожжевой  
с сухофруктами

На закваске



Лёгкое  
меню













23 руб

СКИДКА  
22 руб 24%

40 руб

СКИДКА  
31 руб 11%



39 руб

40 руб

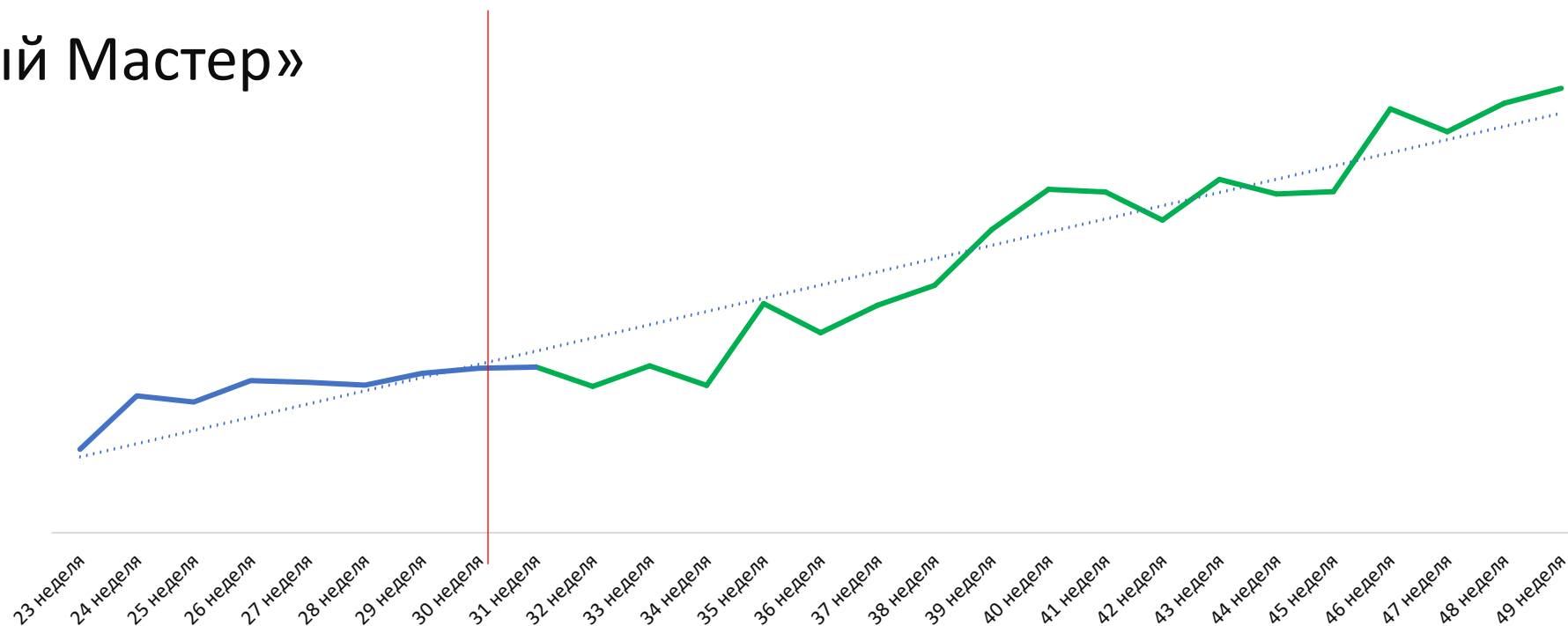








# Продажи «Хлебный Мастер»



**Инновационная категория. ЦА новаторы.**

**Что удивило:**

1. Реакция ЦА: Поиск нового + низкая лояльность к чему либо = ух-ты , что то новенькое, попробую.

*Директор СМ «Магнит» : новый хлеб появился, яркий, красивый, сам стал брать, очень вкусный, штрих-код не пробивается, решил позвонить напрямую, не тревожит Краснодар..*

2. Реакция категорийных менеджеров ТС: очень красиво, давайте попробуем.











ИЗ БАЛКАНСКОГО ДУБА

# ЩЕПСЫ

Состав: 100% щепа балканского дуба

ОБЖАРКА  
CLASSIC

Щепсы классической средней обжарки придадут вашему напитку приятный аромат карамели и миндаля

КАК ПРАВИЛЬНО НАСТАИВАТЬ ДИСТИЛЛЯТ НА ЩЕПСАХ?

40-45° – оптимальная крепость дистиллята для настаивания

РАЗМЕР	МАЛЫЙ	СРЕДНИЙ	КРУПНЫЙ
ШАГ 1	ДОБАВИТЬ В ДИСТИЛЛЯТ ЩЕПСЫ ИЗ РАСЧЁТА 3-4 ГРАММА НА ЛИТР	НАСТАИВАТЬ 3 НЕДЕЛИ	НАСТАИВАТЬ 4 НЕДЕЛИ
ШАГ 2	НАСТАИВАТЬ 2 НЕДЕЛИ	РЕГУЛЯРНО ВСТРЯХИВАТЬ	
ШАГ 3	ОТФИЛЬТРОВАТЬ И ДАТЬ НАПИТКУ «ОТДОХНУТЬ» 1 НЕДЕЛЮ		
ШАГ 4	НАСЛАЖДАТЬСЯ ГОТОВЫМ НАПИТКОМ		

WWW.SHERCI.RU

Влажность щепы: 4-6%

Срок годности: не ограничен

Изготовитель: WOOD LINE Ltd.,  
Saedinenie St, Oraka, Bulgaria

Российский дистрибьютор:  
140181, Московская  
Молодёжная, д. 31

ИЗ БАЛКАНСКОГО ДУБА

# ЩЕПСЫ

ДУБОВАЯ ЩЕПА  
ДЛЯ НАСТАИВАНИЯ АЛКОГОЛЯ

СРЕДНИЙ  
РАЗМЕР 8-11 мм

ОБЖАРКА  
CLASSIC











БЕЗ  
ДОБАВЛЕНИЯ  
САХАРА

easy  
СМУЗИ

МАНГО  
фруктовый микс  
+ 4 ЗЛАКА

80%  
фруктов

20%  
злаков



Getbrand







БЕЗ  
ДОБАВЛЕНИЯ  
САХАРА

# easy СМУЗИ

МАНГО  
фруктовый микс  
+ 4 ЗЛАКА

80%  
фруктов

20%  
злаков



ПИТАТЬСЯ  
ПРАВИЛЬНО—  
ПРОСТО!

100 г ПРОДУКТА:  
содержат не более **55** ККАЛ  
покрывают порядка **25%**  
суточной потребности  
организма в пищевых  
волокнах

ФРУКТЫ+ЗЛАКИ=  
ЭНЕРГИЯ НАДОЛГО



- 64% МАНГО
- 8% ВИНОГРАД
- 8% АНАНАС
- 20% ЗЛАКИ

*Vegan*

@EASY.SMOOTHIE



Узнай больше о  
полезных и вкусных  
перекусах



БЕЗ  
ДОБАВЛЕНИЯ  
САХАРА

# easy СМУЗИ

ЯБЛОКО  
фруктовый микс  
+ 4 ЗЛАКА

80%  
фруктов

20%  
злаков



ПИТАТЬСЯ  
ПРАВИЛЬНО—  
ПРОСТО!

ПОРЦИЯ ПРОДУКТА:  
содержит  
не более

134  
Ккал

покрывает  
порядка

12%

рекомендованной  
суточной нормы  
потребления  
пищевых волокон

ФРУКТЫ+ЗЛАКИ=  
ЭНЕРГИЯ НАДОЛГО

40% ЯБЛОКО

16% КИВИ

14% ВИНОГРАД

10% ЛИМОН

0% ЗЛАКИ

Vegan

@EASY.SMOOTHIE



Узнай больше о  
полезных и вкусных  
перекусах



БЕЗ  
ДОБАВЛЕНИЯ  
САХАРА

# easy СМУЗИ

ФРУКТОВЫЙ МИКС  
С СЕЛЬДЕРЕЕМ  
+ 4 ЗЛАКА

80%  
фруктов

20%  
злаков



БЕЗ  
ДОБАВЛЕНИЯ  
САХАРА

# easy СМУЗИ

ОВОЩНОЙ МИКС  
С ИМБИРЕМ  
+ 4 ЗЛАКА

80%  
овощей

20%  
злаков





БЕЗ  
ДОБАВЛЕНИЯ  
САХАРА

easy  
СМУЗИ

БАНАН  
фруктовый микс  
+ 4 ЗЛАКА

80%  
фруктов

20%  
злаков

БЕЗ  
ДОБАВЛЕНИЯ  
САХАРА

easy  
СМУЗИ

ФРУКТОВО-  
ЯГОДНЫЙ МИКС  
+ 4 ЗЛАКА

80%  
фруктов

20%  
злаков











ПОЛЕЗНЫЙ  
ПЕРЕКУС — НАСЫЩАЕТ

≡ ПОСЛЕ ≡  
долгой  
долгой ТУСЫ

≡ НУЖНЫ ≡  
РЕБЯТАМ  
ПЕРЕКУСЫ



100%  
РАСТИТЕЛЬНЫЙ  
СОСТАВ

ПОЛЕЗНЫЙ  
ПРЕБИОТИК  
ИНУЛИН

УДОБНЫЙ  
ФОРМАТ  
DRINK & GO

ЧТОБ  
ИГРАТЬ  
ВЕСЕЛИТЬСЯ,  
НАДО СРОЧНО  
ПОДКРЕПИТЬСЯ!



@EASY.SMOOTHIE

easy  
KIDS

БАНАН  
& ЯГОДЫ

ВРЕМЯ  
ПЕРЕКУСА —  
БАНАНОВАЯ  
ТУСА! :)

БЕЗ  
добавления  
САХАРА















easy  
KIDS

МАНГО  
& ФРУКТЫ

ВРЕМЯ  
ПЕРЕКУСА -  
МАНГОВАЯ  
ТУСА! :)

БЕЗ  
добавления  
САХАРА

easy  
KIDS

БАНАН  
& ЯГОДЫ

ВРЕМЯ  
ПЕРЕКУСА -  
БАНАНОВАЯ  
ТУСА! :)

БЕЗ  
добавления  
САХАРА





**ЗНАК ЗАБОТЫ**  
СОХРАНЯЕМ ВЫРАЩЕННОЕ С ЛЮБОВЬЮ

**КРАСНАЯ ФАСОЛЬ**  
НАТУРАЛЬНАЯ

Из экологически чистого района Белгородской области  
**УНИКАЛЬНАЯ РЕЦЕПТУРА**



**ЗНАК ЗАБОТЫ**  
СОХРАНЯЕМ ВЫРАЩЕННОЕ СВОИМИ РУКАМИ

**СЛАДКАЯ КУКУРУЗА**  
ПОСЛЕДНЕГО УРОЖАЯ

Из экологически чистого района Белгородской области

С полей — **75** минут  
прямо в банку



**ЗНАК ЗАБОТЫ**  
СОХРАНЯЕМ ВЫРАЩЕННОЕ СВОИМИ РУКАМИ

**ЗЕЛЕНЫЙ ГОРОШЕК**  
ПОСЛЕДНЕГО УРОЖАЯ

Из экологически чистого района Белгородской области

— **75** минут













«ЗНАК ЗАБОТЫ» — ПОМОЩНИК  
в стремлении наших потребителей  
К ЗДОРОВОМУ И ВКУСНОМУ  
ПИТАНИЮ  
**ДЛЯ ВСЕЙ СЕМЬИ!**

МЫ ВЕРНЫ ПРИНЦИПАМ  
ВЫСОЧАЙШЕГО КАЧЕСТВА И СВЕЖЕСТИ  
НАШЕЙ ПРОДУКЦИИ



УЗНАЙТЕ БОЛЬШЕ  
О НАШЕЙ ЗАБОТЕ

Наше производство полного  
цикла расположено  
**В БЕЛГОРОДСКОЙ  
ОБЛАСТИ**



Выращиваем урожай  
НА СОБСТВЕННЫХ  
ПОЛЯХ  
площадью **3000 ГА**



Благодаря  
**БЕРЕЖНОМУ  
ПОЛИВУ**  
мы сохраняем для вас  
всю пользу продукта



Бережно собираем,  
обрабатываем  
и упаковываем урожай  
**ЗА 75 МИНУТ**



**ЗНАК  
ЗАБОТЫ**  
СОХРАНЯЕМ ВЫРАЩЕННОЕ  
СВОИМИ РУКАМИ

**ЗЕЛЕНЬ  
ГОРОШЕК**  
ПОСЛЕДНЕГО УРОЖАЯ

из экологически чистого  
района Белгородской области

С ПОЛЕЙ — **75**  
ПРЯМО В БАНКУ МИНУТ





**Fish  
point**

























24



4 605463 008813



24



4 605463 008844



24



4 605463 008936



24



4 605463 008929

# Fish point



ИЗЫСКАННЫЙ  
ВКУС,  
ОТБОРНОЕ  
КАЧЕСТВО

## Тунец

Паштет из филе тунца  
полосатого классический

## Тунец с томатами

Паштет из филе тунца  
полосатого с томатами

## Горбуша

Паштет из филе горбуши  
классический

## Скумбрия

Паштет из филе скумбрии  
атлантической классический

ПАШТЕТЫ И РИЕТЫ



*Мамба  
свежее филе*

ПАШТЕТЫ И РИЕТЫ



*Мамба  
свежее филе*



# Exella





















**il Mio**  
DARK CHOCOLATE



58%  
cocoa

**il Mio**  
MILK CHOCOLATE



95%  
cocoa

**il Mio**  
DARK CHOCOLATE



78%  
cocoa

**il Mio**  
MILK CHOCOLATE



68%  
cocoa















# il Mio

MILK  
CHOCOLATE



95%  
cocoa







**il  
Mio**

DARK  
CHOCOLATE





# САРАПУЛЬСКИЙ КОНДИТЕР

СДЕЛАНО ПО ГОСТ



КЛАССИЧЕСКАЯ  
РЕЦЕПТУРА





САРАПУЛЬСКИЙ  
КОНДИТЕР

КОНФЕТЫ  
Птичка-Красавка  
в тонком шоколаде  
СЛИВОЧНЫЙ ВКУС

РУССКАЯ РАБОТА | КРАСИВЫЙ  
РЕЗУЛЬТАТ

300г  
КОНФЕТ  
в 100 шт  
КОРОБКЕ







САРАПУЛЬСКИЙ  
КОНДИТЕР

КОНДЕТЫ  
Шоколад ручной работы

БОРОМ ДЕНЬЕ  
ТРАДИЦИЯ

БЛАСКОМЕСАМ  
ИДЕИ И ТРА

САРАПУЛЬСКИЙ  
КОНДИТЕР  
САРАПУЛЬСКИЙ  
КОНДИТЕР  
САРАПУЛЬСКИЙ  
КОНДИТЕР  
САРАПУЛЬСКИЙ  
КОНДИТЕР  
САРАПУЛЬСКИЙ  
КОНДИТЕР







# САРАПУЛЬСКИЙ КОНДИТЕР

РУЧНАЯ РАБОТА

КЛАССИЧЕСКАЯ  
РЕЦЕПТУРА

Главный кондитер

— 350 г —



# САРАПУЛЬСКИЙ КОНДИТЕР

СДЕЛАНО ПО ГОСТ

КЛАССИЧЕСКАЯ  
РЕЦЕПТУРА

Главный кондитер

— 350 г —













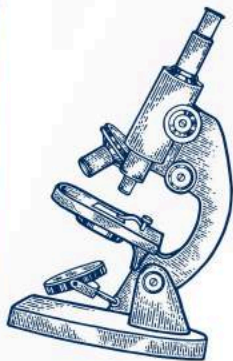
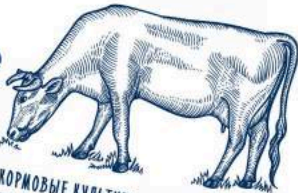
**роспак**

+7 (4967) 75 90 70

ОТКРЫВАЙТЕ  
ЗДЕСЬ

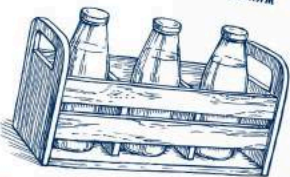
1 **Лучшие  
племенные  
хозяйства**

НАШИ ПОСТАВЩИКИ МОЛОКА ИМЕЮТ  
СВОИ ПАСТИЩА, САМИ КУЛЬТИВИРУЮТ  
КОРМОВЫЕ КУЛЬТУРЫ,  
ТЩАТЕЛЬНО СЛЕДЯТ ЗА ЗДОРОВЬЕМ И РАЦИОНОМ КАЖДОЙ КОРОВЫ



2 **Ежедневный  
контроль  
качества**

НАША СОВРЕМЕННАЯ ЛАБОРАТОРИЯ ЕЖЕДНЕВНО  
КОНТРОЛИРУЕТ ПОСТУПАЮЩЕЕ МОЛОКО  
ПО МНОЖЕСТВЕННЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ



3 **Всегда  
из натуральных  
и свежих**

**МОЛОЧНЫЕ  
ИСТИНЫ**

**РЯЖЕНКА**  
ТЕРМОСТАТНАЯ  
**2,0%**

- 16 ДВОЙНОЙ КОНТРОЛЬ  
СЫРОГО МОЛОКА  
ПАРАМЕТРОВ ОТБОРА  
МОЛОКА ЕЖЕДНЕВНО
- 24 ДОСТАВКА, ПРИЕМКА  
И ПЕРЕРАБОТКА















**ВСЕГДА ИЗ СВЕЖЕГО  
НАТУРАЛЬНОГО МОЛОКА**





**Forbes** KAZAKHSTAN











Материнское молоко  
ec milk



ec milk

ЙОГУРТ  
грейпфрут  
алоэ Вера

УТОНЧЕННОЕ  
СОЧЕТАНИЕ







ec milk

ec milk

ec milk

Йогурт

Смородина • малина  
ромашка  
УНИКАЛЬНЫЙ  
СОЧЕТАНИЕ





ecomilk  
**Solo**  
ЙОГУРТ  
грейпфрут  
апельсин  
имбирь  
УТОНЧЕННОЕ  
СОЧЕТАНИЕ

ecomilk  
**Solo**  
ЙОГУРТ  
манго · апельсин  
имбирь  
ИЗЫСКАННОЕ  
СОЧЕТАНИЕ

ecomilk  
**Solo**  
ЙОГУРТ  
зеленое яблоко  
тархун  
ЛЕГКОЕ  
СОЧЕТАНИЕ

ecomilk  
**Solo**  
ЙОГУРТ  
мята · мята  
лимон  
ОСВЕЖАЮЩЕЕ  
СОЧЕТАНИЕ

ecomilk  
**Solo**  
ЙОГУРТ  
натуральный  
без добавок  
НЕЖНЫЙ ВКУС

ecomilk  
**Solo**  
ЙОГУРТ  
смородина · малина  
ромашка  
УНИКАЛЬНОЕ  
СОЧЕТАНИЕ

ecomilk  
**Solo**  
ЙОГУРТ  
клубника · мята  
лайм  
ЯРКОЕ  
СОЧЕТАНИЕ















ecomilk

# Fetika

СЫР ГРЕЧЕСКИЙ  
*традиционный*



ДЛЯ ГРЕЧЕСКИХ  
САЛАТОВ  
№1

Вариант сервировки блюда









**СЫР ГРЕЧЕСКИЙ**  
**традиционный**











Forbes

KAZAKHSTAN



национальный  
фестиваль рекламы  
идея!









Forbes

КАЗАХСТАН



национальный  
фестиваль рекламы  
идея!





Villa  
Romana

Ricotta

МЯГКИЙ СЫР  
ИЗ СВЕЖЕГО МОЛОКА











Villa Romana

Mascarpone

сладкий сыр из  
свежего молока



















# ХЛАД ЭСКИ МО

ПОЛЕЗНО - ВКУСНО - СЫТНО





**КУХНЯ**  
**БОЛЬШОЙ**  
**СТРАНЫ**

Плов  
узбекский  
с курицей

*из натурального  
мяса с сибирских ферм*

1 порция | 5 мин. | 250г.



















# «ЛАВКА ЛАДО» - ЛЮБИТЕЛЯМ КАВКАЗСКОЙ КУХНИ

Объединяет весь ассортимент продуктов, связанных с кавказской кухней











ПЕРЕД ОТКРЫТИЕМ И НАПИТОК  
ПЕРЕМЕШИВАТЬ ВСТРАШИТЬ



**Волжский  
Посад**

*Сок нашего урожая*

ЯБЛОКО  
100% СОК  
**ПРЯМОЙ  
ОТЖИМ**  
ИЗ НАШЕГО САДА



Без  
добавления  
Сахара

Яблоко богато  
витаминами  
и минеральными  
веществами



Пухляк  
и другие напитки  
приводят к  
перезреванию  
и снижению  
качества сока



Иногда яблоки  
используют  
для приготовления  
лимонов



Добавление  
сахара в сок  
приводит к  
перезреванию  
яблок





Клиент: «Нектар»

Проект: «Волжский Посад» - соки

### Задача:

Разработать бренд «с нуля» для ассортимента соков.

### Что мы делали:

Позиционирование и бренд-стратегию

Нейминг

Дизайн упаковки

Иллюстрации

Шрифтографика

Подготовка к печати

### Результат:

В результате региональный клиент, имеющий яблоневые сады в окрестностях заказчика Самарская Лука, получил мощный бренд для выхода на федеральный рынок с востребованным позиционированием – «Соки нашего сада». В каждом Ассортимент состоит из сока яблока прямого отжима и добавления сока яблока в любой другой вкус.









Клиент: «Агрокультура»  
Проект: «Зелёный Стандарт» -  
тепличные овощи

Задача:  
Разработать бренд «с нуля» для  
тепличных овощей

Что мы делали:  
Позиционирование и бренд-стратегию  
Нейминг  
Дизайн упаковки  
Иллюстрации  
Фирменный стиль

Результат:  
В результате клиент получил  
преимущество перед остальными  
игроками рынка, кто продает «просто  
тепличные овощи» благодаря сильному  
бренду с понятным и релевантным для  
потребителя ЦФО предложением –  
«овощи из Подмосквья», «Растём  
рядом».







**Прекраснодар**  
фрукты первой  
величины









ДОМИЛОВО

7 ШТ

ДОМИЛОВО



От курочки на волю и выгуле

Сборник в каждом изручку \* Случших фермерских хозяйства

чистый продукт

7 ШТ

ДОМИЛОВО



От курочки на волю и выгуле

Сборник в каждом изручку \* Случших фермерских хозяйства

чистый продукт

7 ШТ

ДОМИЛОВО

7 ШТ

ДОМИЛОВО



От курочки на волю и выгуле

Сборник в каждом изручку \* Случших фермерских хозяйства

чистый продукт

7 ШТ

ДОМИЛОВО



От курочки на волю и выгуле

Сборник в каждом изручку \* Случших фермерских хозяйства

чистый продукт

7 ШТ

ДОМИЛОВО

7 ШТ

ДОМИЛОВО



От курочки на волю и выгуле

Сборник в каждом изручку \* Случших фермерских хозяйства

чистый продукт

7 ШТ

ДОМИЛОВО



От курочки на волю и выгуле

Сборник в каждом изручку \* Случших фермерских хозяйства

чистый продукт











# Знать, кто что любит, — и есть семья

для мамы



для папы



для детей



~ МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ  
С СЕМЕЙНОГО ПРОИЗВОД





МОЛОЧНАЯ  
ФАМИЛИЯ  
ОТ СЕМЬИ К СЕМЬЯМ



Знать кто что  
любит,  
и есть семья

ДЛЯ ПАПЫ



МОЛОЧНЫЕ ПРОДУКТЫ ~  
ПРОИЗВОДСТВА





**РЫБНОЕ  
ДЕЛО**

**ФОРЕЛЬ** 150г  
**СОЛЕНАЯ ФИЛЕ-КУСОК**



Ингредиенты для сервировки продукта



**РЫБНОЕ  
ДЕЛО**

**СЕЛЬДЬ**  
**С ПРЯНОСТЯМИ В МАСЛЕ**



180г





**SIENA**

— Настоящий —  
итальянский десерт  
со вкусом тирамису



# Angelato

мороженое  
ТИРАМИСУ



Детские фотографии сотрудников компании производителя на лице, а на обратной стороне они взрослые рассказывают о своей детской мечте





Снашего двора

Лаборант  
нашей  
компании  
Наталья  
Худайба,  
7 лет



ЭСКИМО  
КРЕМ-БРЮЛЕ  
В КАРАМЕЛИ

15%  
МАЖ

МОРОЖЕНОЕ ЭСКИМО ПЛОМБИР  
КРЕМ-БРЮЛЕ В КАРАМЕЛИ И ПЛАВЛЕН

Снашего двора



ПЛОМБИР  
ШОКОЛАДНЫЙ  
В ВАФЕЛЬНОМ  
СТАКАНЧИКЕ

15%  
МАЖ

МОРОЖЕНОЕ ПЛОМБИР ШОКОЛАДНОЕ  
В ВАФЕЛЬНОМ СТАКАНЧИКЕ

Снашего двора



ПЛОМБИР  
КРЕМ-БРЮЛЕ  
В ВАФЕЛЬНОМ  
СТАКАНЧИКЕ

15%  
МАЖ

МОРОЖЕНОЕ ПЛОМБИР КРЕМ-БРЮЛЕ  
В ВАФЕЛЬНОМ СТАКАНЧИКЕ

Снашего двора

Мастер  
нашей  
компании  
Татьяна  
Романова,  
3 года



ПЛОМБИР  
КРЕМ-БРЮЛЕ

15%  
МАЖ

МОРОЖЕНОЕ ПЛОМБИР  
КРЕМ-БРЮЛЕ В ВАФЕЛЬНОМ

Снашего двора



ПЛОМБИР  
ВАНИЛЬНЫЙ

15%  
МАЖ

МОРОЖЕНОЕ ПЛОМБИР  
ВАНИЛЬНОЕ В ВАФЕЛЬНОМ





«Белая» линейка мороженого из натурального молока и сливок чувашских ферм







**Yes me**  
НИЧЕГО ЛИШНЕГО

смузи замороженный  
**МАНГО & МАРАКУИЯ**

**22**  
ккал

ложка внутри

БЕЗ жира БЕЗ сахара

**Yes me**  
НИЧЕГО ЛИШНЕГО

смузи замороженный  
**КЛУБНИКА & МАНГО**

**22**  
ккал

СМУЗИ замороженный  
**КЛУБНИКА & МАНГО**

БЕЗ жира БЕЗ сахара

Фруктовый десерт Сорбет манго-клубника без сахара

**Yes me**  
НИЧЕГО ЛИШНЕГО

смузи замороженный  
**КЛЮКВА & ЧИА**

**25**  
ккал

СМУЗИ замороженный  
**КЛЮКВА & ЧИА**

БЕЗ жира БЕЗ сахара

содержит омега-3

Фруктовый десерт Сорбет клюква с наполнителем «Семена чиа» без сахара

**Yes me**  
НИЧЕГО ЛИШНЕГО

смузи замороженный  
**КЛУБНИКА & ЧИА**

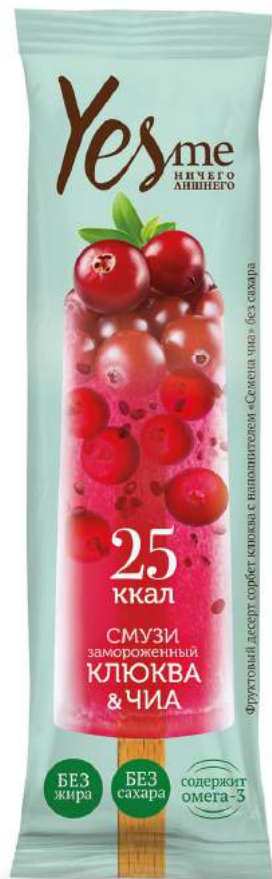
**21**  
ккал

ложка внутри

БЕЗ жира БЕЗ сахара

содержит омега-3







# MORE

*feel*

GOURMET ICE CREAM











**MOORE**  
*feel*  
BEVERLY HILL CALIF.



**MOORE**  
*feel*  
BEVERLY HILL CALIF.



*сингапурский  
апельсин &  
миндаль*



*сингапурский  
апельсин &  
миндаль*



**MOORE**  
*feel*  
BEVERLY HILL CALIF.



*сингапурский  
апельсин &  
миндаль*



**MOORE**  
*feel*  
BEVERLY HILL CALIF.



*сингапурский  
апельсин &  
миндаль*



**MOORE**  
*feel*  
HORMETZ CREAM

СПЕЦИАЛЬНАЯ  
КОЛЛЕКЦИЯ  
*роскошного  
мороженого*

**2** *САМЫХ*  
*МОДНЫХ*  
вкуса сезона



MOORE



The  
**TREND**  
News

# RARE BLUE

Con la sua tinta unica,  
la **PARAIBA** è l'Araba  
Fenice delle gemme

Come l'uccello mitologico, nel 1987 è risorta dalle ceneri di una miniera nello stato di Paraíba, in Brasile, per consegnare alla luce il suo irripetibile colore. Pietra preziosa esemplare in durezza - 7,5 scala di Mohs - potrebbe scaturire da un dipinto di Yves Klein. Il suo blu è conferito dalla presenza di rame e manganese, capaci di donare un riverbero sfolgorante anche a luce scarsa. Dal fascino fluorescente e "piezoelettrico" - fu usata dagli Olandesi per estrarre le ceneri - oggi celebra un patto d'unione con oro bianco e diamanti, plasmando gioielli esclusivi. Emblema di perfezione e rinascita, ha viaggiato dal cuore della Terra fino all'Haute Joaillerie, con lo stesso blu profondo del cerchio della bandiera Brasiliana. J.M.

Like the mythological bird, this precious stone arose from the ashes in 1987 in a mine in Paraíba, Brazil, bringing its extraordinary color to light. This precious stone has a good level of hardness (7.5 on the Mohs scale). Its color could have come from a Yves Klein painting, since it owes its blue color to the presence of copper and manganese, which gives off dazzling reflections even when there is little light. With its own, piezoelectric nature, it was used by the Dutch to attract dust particles. Today it gets along famously with white gold and diamonds making for exclusive jewels. It is an emblem of perfection and rebirth, having traveled from the heart of the earth to be a part of haute jewelry with a similar deep blue foundels with a similar deep blue foundels in the globe on the Brazilian flag.



**1**  
Giampiero Bodino. Collana in oro bianco e diamanti con formale paraiba africana per 326.21 ct. White gold and diamond necklace with African paraiba tourmalines for 326.21 total carat weight. Photo by Lutz Hamant.

**2**  
Kat Florence. Collar in oro bianco, palladio e diamanti con una formale paraiba di 40.63 ct. White gold, palladium and diamond necklace with a 40.63 ct Mozambique paraiba tourmaline.

**3**  
RIZ Fine Jewellery. Anello in oro bianco con diamanti e formale paraiba. White gold ring with diamonds and a paraiba tourmaline.

**4**  
Dior Joaillerie. Anello in oro bianco e diamanti con formale paraiba. White gold and diamond ring with a paraiba tourmaline.

**5**  
Parade Design. Anello in platino, diamanti e formale paraiba di 7.03 ct. Platinum and diamond ring with a 7.03 ct. paraiba tourmaline.

[www.vogue.it/voguegioielli](http://www.vogue.it/voguegioielli)

# MORE

feel

GOURMET ICE CREAM



СПЕЦИАЛЬНАЯ  
КОЛЛЕКЦИЯ  
роскошных  
вкусов

















MORE *feel* MORE



MORE  
*feel*













РАЗ  
ДВА  
АЙС!

АРБУЗ  
С ВЗРЫВНОЙ  
КАРАМЕЛЬЮ

РАЗ  
ДВА  
АЙС!

АРБУЗ  
С ВЗРЫВНОЙ  
КАРАМЕЛЬЮ

РАЗ  
ДВА  
АЙС!



**САМОЕ  
ТО!**

**МОРОЖЕНОЕ**  
в вафельном стаканчике



С АРОМАТОМ  
**ШОКОЛАДА**



с заменителем молочного жира

**САМОЕ  
ТО!**

**МОРОЖЕНОЕ**  
в вафельном стаканчике



С АРОМАТОМ  
**ВАНИЛИ**



с заменителем молочного жира



**САМОЕ  
ТО!**

**МОРОЖЕНОЕ**  
в вафельном рожке



**САМОЕ  
ТО!**

**МОРОЖЕНОЕ**  
в вафельном рожке









# МОЛОКО

ТОЛЬКО СВЕЖИЕ  
И НАТУРАЛЬНЫЕ  
ПРОДУКТЫ  
ОТ ПРОВЕРЕННЫХ  
ПОСТАВЩИКОВ  
КАЧЕСТВО  
ПРИОРИТЕТ  
НАШИХ  
ПРОДУКТОВ

МЫ ПРЕДЛАГАЕМ  
ПРОДУКТЫ

ТОЛЬКО СВЕЖИЕ  
НАТУРАЛЬНЫЕ  
ПРОДУКТЫ  
ОТ ПРОВЕРЕННЫХ  
ПОСТАВЩИКОВ











Нашим кубанским хлебом все земляки гордятся! А все потому что с теплотой в душе делаем.



КАЖДЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ НАС - ДЕЛО СОВЕСТИ!



Наше кубанское горькое, кислое и сладкое кефир - самый полезный!



НАТУРАЛЬНЫЕ ПРОДУКТЫ  
**Staniya**  
РОДНОЙ КУБАНИ

КЕФИР  
2,5%

КАЖДЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ НАС - ДЕЛО СОВЕСТИ!



колбаса  
**СЕРВЕЛАТ**  
по-кубански

КАЖДЫЙ ПРОДУКТ ДЛЯ НАС - ДЕЛО СОВЕСТИ!













## II.

# Основные элементы фирменного стиля

<b>1. Логотип. Основная версия</b>	<b>12</b>
1.1 Логотип. Дополнительная версия	13
1.2 Ограники полей и минимальный размер	14
1.3 Примеры недопустимого использования	15
<b>2. Фирменные шрифты</b>	<b>16</b>
2.1 Основные шрифты	17
2.2 Пример использования основных шрифтов	18
2.3 Дополнительные шрифты	19
2.4 Пример использования дополнительных шрифтов	20
<b>3. Фирменные цвета</b>	<b>22</b>
3.1 Основные цвета	23
3.2 Дополнительные цвета	24
3.3 Примеры недопустимого использования	24
<b>4. Фирменная графика</b>	<b>26</b>
4.1 Паттерны	26
4.2 Иконографика (клеймы)	26
4.3 Примеры недопустимого использования	29

SAYANA

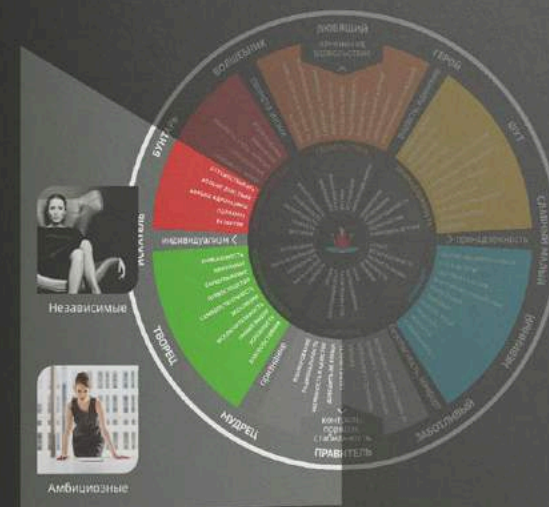
## 1.6 Целевая аудитория

### АМБИЦИОЗНЫЕ (основная)

Прагматики. Стремятся достигнуть определенного социального статуса за всецело житейских аспектах. Ценят экономно времени, поэтому готовы переплатить за комфорт и высокий уровень сервиса. Все приобретаемые товары должны подчеркивать определенный стиль и уровень их жизни.

### НЕЗАВИСИМЫЕ (дополнительная)

Нолатады. Стремятся к свободе от обстоятельств, самостаточности в принятии решений и самореализации. Для них важно все, что связано с динамикой, временем и инновациями. Отвергают стабильность, т.е. видят возможность проявить собственную индивидуальность. Н. товаров ценят удобство использования, скорость потребления и функциональность. Склонны к спонтанным тратам.



SAYANA



### 2.3 Дополнительные шрифты

Гарнитура **“Ubuntu Condensed”** — дополнительный шрифт бренда **“SAYANA”**, использующийся только на потребительских носителях. Предназначен для набора обязательных технических текстов большого объема (см. Рис. 14).

Имеет лицензию **UFL 1.1**, позволяющую свободное использование в коммерческой и не коммерческой деятельности.

Гарнитура **“Effra”** — дополнительный шрифт бренда **“SAYANA”**, использующийся только на потребительских носителях. Предназначен для акцентного выделения информации **“MADE WITH HYDROPOWER”** и **“ВВО”** (см. Рис. 15).

Лицензирован компанией **Adobe (Adobe Fonts)** для коммерческого и не коммерческого использования.

**SAYANA**

Аа Бб Вв Гг Дд Ее Ёё Жж Зз Ии Йй Кк Лл Мм  
Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу Фф Хх Цц Чч Шш Щщ Ъъ  
Ыы Ьь Ээ Юю Яя 0123456789 / @ : ; ( ) # \* ? ! , .

Рис. 14

Аа Вв Сс Дд Ее Фф Гг Нн Ии Дж Кк  
Лл Мм Нн Оо Пп Qq Rr Ss Тт Uu Vv Ww  
Xx Yy Zz 0123456789 / @ : ; ( ) # \* ? ! , .

Рис. 15

### 2.4 Пример использования дополнительных шрифтов

Использование дополнительных шрифтов **Ubuntu Condensed** и **Effra Bold** в блоке технической информации на примере флага **SAYANA Ultra**.



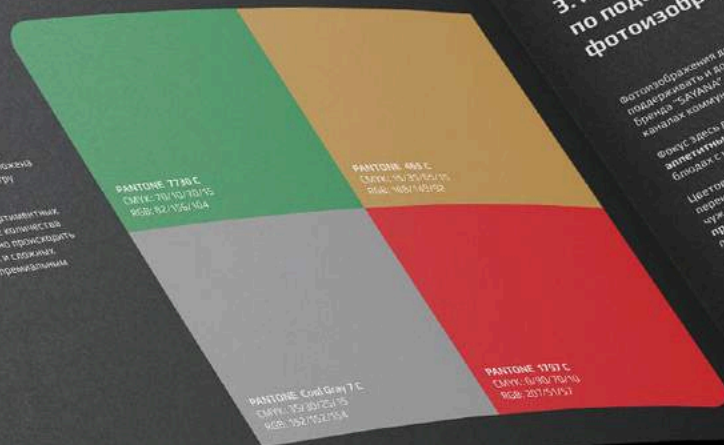
**SAYANA**



### 3.2. Дополнительные цвета

Для обеспечения выбора потребителями и комфорта при навигации, в ассортименте потребительского бренда "SAYANA" создана система дифференциации через палитру дополнительных цветов.

Помимо основной цветовой палитры, представленной в Буклете, распределение количества дополнительных цветов должно происходить путем выбора приоритетных и вторичных цветовых тонов, исходящих из первоначальных средств.



SAYANA

### 3. Рекомендации по подбору фотоизображений

Фотоизображения должны раскрывать, поддерживать и дополнять созданный образ бренда "SAYANA", прежде всего, в цифровой каналах коммуникации и диджитал-рекламе.

Фокус здесь должен делиться на **коммерческих, эстетичных, но простых** в приоткрытых блюдах с использованием фольги.

Цветовая гамма не должна быть холодной, перенасыщенной, насыщенной, с обильным использованием оттенков. В приоритете **приглушенные, спокойные цветовые коды**, присущие премиальным продуктам.

Каждое изображение должно представлять сырьевой продукт в любом виде.



SAYANA



Руководство по фирменному стилю

ЧАСТЬ ВНЕШНЕГО ВИРТУАЛЬНОГО ИДЕНТИЧНОСТИ

## 2.1 Шариковая ручка

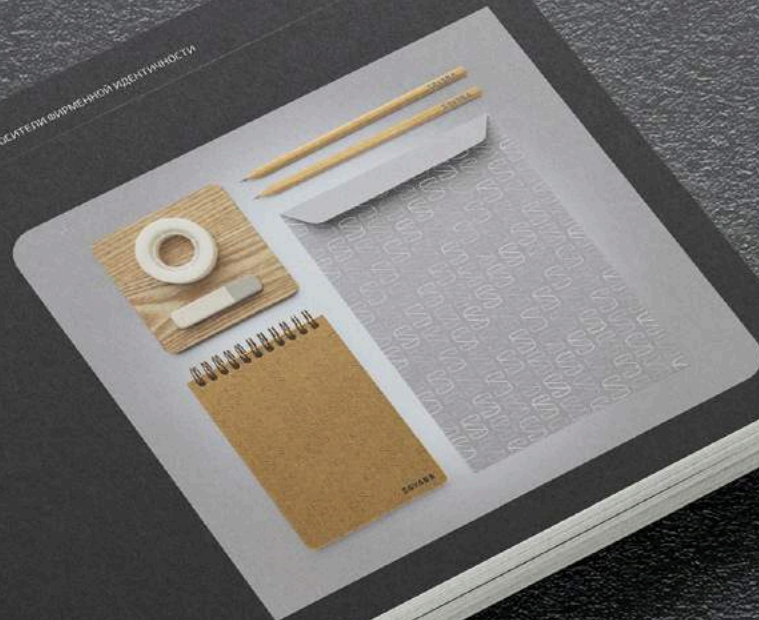


SAYANA

Руководство по фирменному стилю

## 2.2 Блокнот

ЧАСТЬ ВНЕШНЕГО ВИРТУАЛЬНОГО ИДЕНТИЧНОСТИ



SAYANA



# ХОТИТЕ РАЗРАБОТАТЬ БРЕНД?



**!!! ХОЧУ БРЕНД!!!**

1. СКАНИРУЙТЕ QR-КОД
2. ЗАПОЛНИТЕ ФОРМУ
3. МЫ СВЯЖЕМСЯ С ВАМИ





Getbrand

+7 495 66 99 300  
www.getbrand.ru

МЕТОД  
GETBRAND

Яндекс Дзен

YouTube<sup>RU</sup>



RUTUBE





## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ

Часть 1



#gettrends

Людам важно знать, каких принципов придерживается компания: как устроено производство, как отбираются поставщики, куда отправляются нераспроданные товары, не нарушаются ли чьи-либо права и т.д.



#gettrends



По данным Euromonitor International, покупатели все чаще обращают внимание не только на состав приобретаемой продукции, но и на «внутреннюю кухню» компании-производителя

#gettrends

## АУДИТ ДИЗАЙНА УПАКОВКИ

Категория: «Сливочное масло и спред»

14 апреля | 14.00



МЕТОД GETBRAND

## ТРЕНДЫ

МАСШТАБНОЕ РАЗВИТИЕ СТМ  
Часть 1



#gettrends

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТРЕНДЫ

Локальные производители



#gettrends

## РЕЙТИНГ БРЕНДОВ

фруктовые и овощные чипсы



#getbrand\_рейтингбрендов

## ВЕБИНАР

«Как работать с архетипами и создавать успешные бренды?»

7 апреля  
19:00

Андрей Горнов,  
CEO Getbrand

Алина Долгова,  
руководитель  
отдела стратегии

