

Стильный Муж, магазины одежды

Сеть магазинов и отделов по продаже мужской одежды в Санкт-Петербурге. Специализируется на средней ценовой категории. Основой ассортимента являются деловые костюмы, аксессуары и обувь.



ЗАДАЧА:

Создать единый бренд сети магазинов с учетом особенностей целевой аудитории. Сконструировать позитивный и запоминающийся образ, способствующий формированию потребительской лояльности. Отстроиться от конкурентов, расположенных в тех же торговых комплексах.

РЕШЕНИЕ:

Определена ключевая целевая группа – замужние женщины, приобретающие одежду для своих мужей. Разработка названия исходя из приоритетов ключевой целевой группы. Конструирование яркого и юмористического персонажа, способствующего запоминаемости визуального образа сети магазинов.

(812) 952-10-18

info@proname.ru
www.proname.ru

БРЕНДИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

PRO.NAME

© СЕНТЯБРЬ 2006

БРЕНДИНГ: Стильный муж

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ:

Проведенное исследование показало, что большая часть покупателей данной сети магазинов – семейные женщины. То есть мужскую одежду покупают жены, точно знающие все размеры своих мужей. Выяснилось, что данная одежда требуется целевой аудитории для того, чтобы сделать мужа «стильным» для похода на праздник (свадьба, выпускной ребенка, юбилей и др.). Таким образом, в позиции компании были отражены те аспекты, которые сделали сеть более подходящей для основной целевой аудитории.

НАЗВАНИЕ:

Для сети магазинов было создано «говорящее» название, непосредственно отражающее концепцию позиционирования и приоритеты целевой аудитории, связанные с текущей потребностью приобретения мужской одежды для особых мероприятий. «Стильный муж» – это некая цель, которую достигает покупатель, приобретая одежду в нашем магазине. Данное название ориентировано на аудиторию, обладающую самоиронией и чувством юмора. Кроме того, очевидно, что название «Стильный муж» не выглядело бы столь гармонично, если бы принадлежало сети магазинов более высокой ценовой категории.



ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ:

В ходе разработки фирменного стиля сети магазинов «Стильный муж» мы отказались от использования образа стильного, но самовлюбленного эгоиста в пользу ироничного, доброго и при этом стильного мужа, реализованного в виде мультипликационного персонажа. В фирменном стиле использованы спокойные тона, округлые формы, он лаконичен и передает атмосферу дружелюбия и спокойствия. При этом он легко запоминается и весьма узнаваем.