Коммерческое предложение.

Создание и продвижение бренда

BIG IDEAS
UFAGRA

АССОЦИАЦИЯ БРЕНДИНГОВЫХ КОМПАНИЙ РОССИИ

ТОП 10
RAEX
РЕЙТИНГОВОЕ АГЕНСТВО

www.ufagra.ru
hello@ufagra.ru

О компании

«Самое важное понятие в маркетинге — понятие бренда. Если вы не бренд — вы не существуете. Кто же вы тогда? Вы — обычный товар»

Филипп Котлер

Создаём бренды для современного бизнеса. Динамичные и эффективные, способные покорить потребителей и обойти конкурентов.

Каждый день работаем с бизнесменами и помогаем им достичь ключевых целей: выйти на новые рынки, масштабироваться, повысить узнаваемость, увеличить лояльность аудитории, достичь плановых показателей и кратно увеличить прибыль. Понимаем, что каждый проект уникален. Находим к нему индивидуальный подход и разрабатываем эффективную стратегию, учитывая каждый запрос.

Маркетинг — это и есть бизнес. Поэтому наша главная цель — комплексное использование инструментов маркетинга и брендинга для решения ваших бизнес — задач.

ТОП 10 RAEX

РЕЙТИНГОВОЕ АГЕНСТВО

АССОЦИАЦИЯ БРЕНДИНГОВЫХ КОМПАНИЙ РОССИИ

Группа компаний Ufagra входит в ТОП-10 маркетинговых и PR компаний России рейтинга RAEX (РА Эксперт).

UFAGRA — действующий член Ассоциации брендинговых компаний России (АБКР). При поддерже АБКР Ufagra ежегодно организует масштабную конференцию по брендингу «Брендплатформа».

Команда профессионалов:

Наши специалисты имеют дипломы лучших образовательных школ в сфере брендинга и маркетинга, постоянно проходят обучение и повышают квалификацию: в Высшей школе брендинга, школе креативного концептинга MADS, ВАШГД, Designprosmotr, Flashpoint и других.

Компетенции:

Стратегия

- Анализ конкурентов
- Анализ ЦА
- Брендплатформа
- Архитектура бренда
- Анализ трендов
- Анализ ресурсов
- Позиционирование

Фирменный стиль

- Дизайн-концепция
- Стилеобразование
- Упаковка
- Брендирование
- Брендирование МОП
- Дизайн среды
- Видео-презентация объекта

Продвижение

- Креативная стратегия
- Концептинг
- Реклама
- Сайт
- Таргетинг
- Мероприятия
- Видео-, аудиопродакшн

Почему выбирают нас?

- Оказываем профессиональную поддержку в ходе проекта и после его завершения
- Гарантируем прозрачность всех этапов работ
- Предоставляем возможность контроля и участия в проекте
- Гарантируем быструю окупаемость и возврат инвестиций
- Усиливаем вашу позицию относительно конкурентов
- Увеличиваем доходы вашей компании
- Повышаем известность компании, самой личности основателя
- Формируем нематериальный актив
- Помогаем масштабироваться и захватывать новые рынки
- Способствуем уверенному планированию развития компании
- Обучаем основам маркетинга
- Сокращаем издержки в неэффективные методы продвижения продукта/компании
- Формируем эмоциональную связь между компанией и ее клиентами
- Создаем ценность для потребителя
- Помогаем вам стать лидером рынка

Структура проекта:

Анализ собранной информации и построение системы рекомендаций для последующей разработки стратегии бренда. Вся полученная в ходе проведенных исследований информация, критически оценивается, сопоставляется и структурируется. Сделанные выводы ложатся в основу дальнейших разработок.

Аналитика

Разработка системы идентификации бренда и коммуникационных материалов. Система идентификации включает в себя носители вербальной (название, слоган) и визуальной (логотип, знак, фирменный стиль, упаковка) идентификации. Также проводится разработка комплекса рекламных материалов.

Разработка

1 2 3 4 5

Исследования

Получение ключевой информации об интересующем рынке в целом, о конкретной компании и бренде /брендах, для которых реализуется проект. Как правило, этап включает исследования рыночных тенденций, конкурентов, потребительских предпочтений и внутренней среды самой компании.

Стратегия

Формирование стратегии развития корпоративного бренда компании, портфеля ее брендов в целом и/или отдельных брендов в портфеле. На этапе разработки стратегии определяется ключевая идея бренда, а также выстраивается система коммуникаций, транслирующих данную идею во внешнюю среду.

Внедрение

Внедрение разработанных стратегий и элементов идентификации в деятельность компании, запуск бренда на рынок. Планирование и реализация коммуникационных мероприятий внутри компании и во внешней среде с целью формирования привлекательного образа у целевых аудиторий.

BIG IDEAS UFAGRA

www.ufagra.ru 8 800 555-33-85 hello@ufagra.ru

1 Аналитика и маркетинговая стратегия бренда.

Состав работ

Аналитика

- Выявление целей и задач бизнеса на конкретный период времени, анализ ресурсов компании, определение существующих проблем и тенденций развития
- Анализ продукта/ услуги, способа позиционирования на рынке, определение уникальных для потребителя свойств
- ABC / XYZ анализ продукции: изучение товарного ассортимента, определение рейтинга товаров, объёмов продаж и стабильности спроса
- Анализ основных конкурентов и рынка: определение сильных и слабых сторон, позиционирования конкурентов, изучение маркетинговых активностей, поиск дополнительных ниш для позиционирования бренда
- Анализ визуальной среды конкурентов: логотип, шрифт, цветовая палитра, иллюстрации, фон и элементы графики, анализ цветового пятна полки, трендов в упаковке
- Анализ основных целевых аудиторий компании: определение ядра целевой аудитории, точек контакта с брендом, критериев выбора продукта/услуги, потребительских барьеров

Маркетинговая стратегия бренда

- Разработка позиционирования бренда: определение конкурентных преимуществ, позволяющих выделить бренд среди конкурентов и обеспечить его узнаваемость среди потребителей
- Определение свободных/ перспективных ниш для развития бизнеса
- Разработка и формулировка УТП (уникального торгового преимущества) бренда для будущих коммуникаций
- Описание эмоциональных и рациональных характеристик бренда
- Формулирование доказательств и причин доверия бренда RTB - reasons to believe
- Создание стратегии для работы с потребительскими барьерами
- Определение каналов коммуникации бренда с потребителями
- Создание тона вербальной коммуникации бренда (Ton of voice)

1 Аналитика и маркетинговая стратегия бренда.

Результаты работ

- Аналитический отчёт на основании кабинетных исследований об основных конкурентах компании, их положении на рынке
- Платформа бренда, отражающая его специфику и конкурентные преимущества
- УТП (уникальное торговое преимущество)
- Пирамида бренда, раскрывающая концепцию позиционирования бренда
- Описание каналов коммуникации бренда с потребителями
- Поэтапный план внедрения бренда

2 Нейминг для госрегистрации торговой марки.

Состав работ

- Разработка до 100 вариантов названий бренда по авторским методикам с использованием различных приемов: аллюзия, метод подражания, поиск созвучия, аллитерация, рифмование, метод сокращения или создания аббревиатур и другие
- Предварительный патентный поиск всех разработанных вариантов названий по базе данных ФИПС
- Полный патентный поиск по 2 согласованным с Заказчиком вариантам названий в выбранных классах МКТУ (до 5 классов за одну проверку)
- Подготовка объекта регистрации, согласно требованиям Роспатента
- Разработка дескриптора или слогана для уточнения специфики продукта/услуги
- Помощь в подборе доменных имён и хештегов

2 Нейминг для госрегистрации торговой марки.

Результаты работ

- Отчет по 6-12 вариантам названия бренда, прошедшим предварительный патентный поиск
- Отчет по свободным доменным именам и наиболее выгодным для коммуникации хештегам
- Уникальное название бренда с максимальными шансами для регистрации, соответствующее платформе бренда и выбранному позиционированию
- Отчёт о проверке на охраноспособность по базе данных ФИПС
- Готовый к регистрации объект, согласно требованиям Роспатента

3 Визуальный образ бренда.

Состав работ

Визуальная концепция

- Разработка логотипа на основе созданной платформы бренда
- Разработка визуальной концепции бренда: подбор фирменных цветов, подбор основных шрифтов, разработка фирменного паттерна (орнамента) и дополнительных элементов стиля
- Определение самой выгодной концепции бренда и её дальнейшая доработка
- Формирование руководства по использованию элементов фирменного стиля бренда, содержащее правила взаимодействия графических элементов между собой

Носители фирменного стиля

- Формирование списка необходимых носителей фирменного стиля и подготовка дизайн-макетов
- Чистовой дизайн и подготовка файлов к печати
- Формирование гайдлайна, отражающего ключевые принципы работы с фирменным стилем бренда: технологии производства, используемые материалы, элементы брендирования

3 Визуальный образ бренда.

Результаты работ

- Брендбук — презентация в формате pdf, где визуализирован согласованный с Заказчиком список носителей фирменного стиля
- Итоговые файлы, согласованного списка носителей, подготовленные к печати
- Гайдлайн — руководство, по использованию графической концепции, содержащее: правила использования графической концепции, описание системы верстки носителей фирменного стиля, рекомендации по материалам и способам производства, разработанных носителей фирменного стиля

4 Внедрение и продвижение бренда.

Дополнительные опции

- Поддержка по внедрению и продвижению бренда «Директор по маркетингу на аутсорсинге»
- Создание адаптивного конверсионного сайта/landing page
- Создание стратегии продвижения в социальных сетях
- Проведение таргетированной рекламы в социальных сетях «под ключ»
- Создание креативной концепции рекламной кампании
- Продакшн креативной рекламной компании: outdoor & indoor (реклама внутри и вне помещений), ambient media (реклама, интегрированная во внешнюю среду)
- Организация бизнес-мероприятий
- Проведение стратегической сессия «Большой маркетинг»

Стоимость и сроки:

Этапы работ	Срок, раб. дни	Стоимость со скидкой при создании маркетинговой стратегии бренда, тыс. руб.	Стоимость, тыс. руб.
Аналитика и маркетинговая стратегия бренда	36	324	324
Нейминг: 6 - 12 вариантов	19	180	220
Визуальный образ бренда: 3 базовых носителя	15	164	227
Дизайн дополнительных носителей фирменного стиля: 5 носителей	от 15	50	98
Дизайн-концепция упаковки: 3 варианта	10	90	120
Чистовой дизайн упаковки: 1 SKU	3	15	24
Поддержка по внедрению и продвижению бренда «Директор по маркетингу на аутсорсе»	—	10 часов — бонус, далее 5 / час	7,5 / час
Разработка креативной концепции рекламной кампании: 3 варианта идеи	15	113,5	135

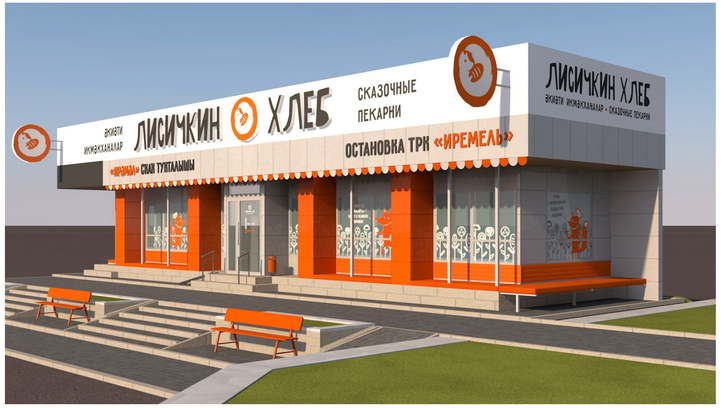
Этапы работ	Срок, раб. дни	Стоимость, тыс. руб.
Сайт «под ключ»: дизайн-концепция, прототип, иллюстрации, графика, адаптивный интерфейс, написание текстов	от 30	от 160
Landing page на платформе Tilda: дизайн-концепция, иллюстрации, графика, написание текстов	от 5	от 70
Стратегия продвижения в социальных сетях: анализ конкурентов, сегментирование целевой аудитории, контент-план, дизайн-оформление групп	от 10	42
Таргетированная реклама в соцсетях «под ключ»: сбор баз целевой аудитории, создание рекламных сообщений, настройка рекламной кампании и её проведение	1 месяц	от 100
Производство анимационного видеоролика	от 7	от 40
Производство игрового видеоролика	от 12	от 200
Производство радиоролика	от 4	от 9
Годовой отчёт акционерного общества	от 42	от 750
Создание корпоративного журнала «под ключ»	от 45	от 750

Этапы работ	Срок, раб. дни	Стоимость, тыс. руб.
Организация бизнес-мероприятий	от 15	от 100
Организация и проведение рекламных фотосессий «под ключ»	от 15	от 45
Разработка внутреннего бренд-оформления торговой точки/офиса (3D-рендер)	от 10	1.2 / м^2 (от 20м^2)
Разработка внешнего бренд-оформления торговой точки/офиса: вывеска, входная группа (в векторе или 3D-рендер)	от 5	от 13
Стратегическая сессия «Большой маркетинг»	от 10	от 160

Условия работ:

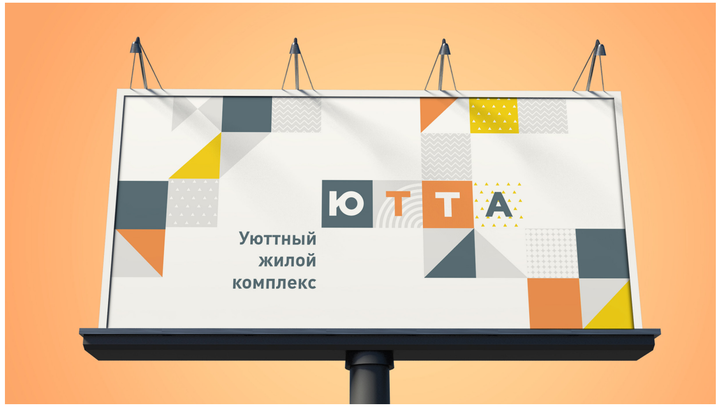
- В срок не включено время, необходимое для утверждения результатов работ и предоставление Заказчиком обратной связи/дополнительной информации.
- Агентство оказывает поддержку и сопровождение Заказчика в течение 6 месяцев после сдачи комплексного брендингового проекта.
- Этапы работ, содержащие в себе креативную часть, оплачиваются в формате 100% предоплаты перед стартом работ. Остальные этапы могут быть оплачены в формате 50 / 50%: предоплата 50% перед началом работ и постоплата 50% по завершению этапа.
- Агентство работает по упрощённой системе налогообложения (без НДС).
- Командировочные расходы сотрудников Ufagra при необходимости согласовываются дополнительно.
- Предложение актуально в течение 15 рабочих дней.

Проекты:



- Лисичкин хлеб
- Брендинг сети сказочных пекарен
- Уфа

Трогательная детская сказка, волшебные дары леса и трепетное отношение к своему делу воплотились в образе сети пекарен «Лисичкин хлеб», ставшей не только визитной карточкой агентства, но и примером оформления торговых точек на красной линии в Уфе. На самом первом этапе работы было принято решение отказаться от первоначального названия пользу нового, нестандартного, отличающегося от большинства однотипных заведений. Далее специалисты агентства разработали брендплатформу, позволяющую легко и интересно коммуницировать с целевой аудиторией, для этого был придуман фирменный персонаж сети – лисенок Леонид. В результате только первого года работы сеть пекарен увеличилась на 15 торговых точек.

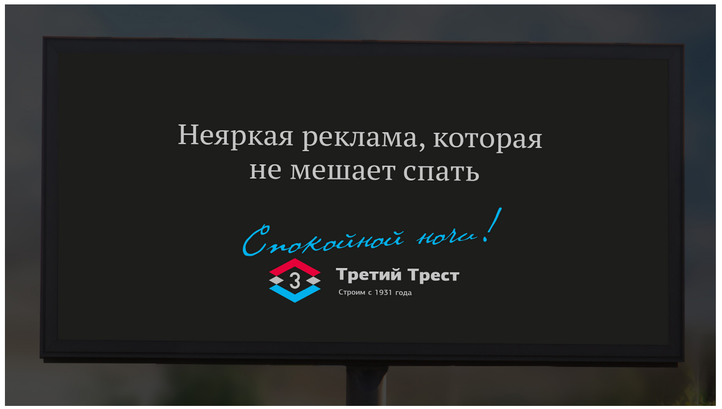


- ЮТТА
- Брендинг жилого комплекса, ГК «СтройМир»
- Тюмень

Работая над проектом, команда отталкивалась не только от названия нового ЖК, который также был придуман нами. Мы вдохновлялись культурой и традициями скандинавских стран, учитывали территориальное нахождение объекта, а также высокую популярность стилевых решений северной Европы.
Наша задача заключалась в том, чтобы свести все к одному знаменателю, найти тот символ, который будет понятен и близок каждому. Он должен был стать олицетворением домашнего тепла и уюта. И мы его нашли! Им стало… лоскутное одеяло. Его пастельное цветовое решение, а также многообразие текстур лучше всего отражают отличительные черты скандинавского стиля: функциональность, органичность и гармоничность, которые отличают «ЮТТУ» от других жилых комплексов города.

- Хлебный День
- Брендинг производителя хлеба
- Учалы

«Хлебный день» — это история про день, полный вкусного хлеба. История про половину булки, которую приносит ребенок домой, потому что не удерживается и съедает другую половинку по дороге. История про восход солнца и эмоции от свежеиспечённого вкусного хлеба.



- ГК Третий Трест
- Концептинг креативной РК
- Уфа

Рекламные сообщения могут быть абсолютно разными. Но для достижения поставленных целей они должны быть интересными, креативными, дерзкими, кричащими, вызывающими. Например, для застройщика №1 – группы компаний «Третий Трест» - наше агентство разработала самую заботливую рекламу, которую было решено запустить исключительно на наружных видеоэкранах на самых оживленных улицах города.
Данная кампания представляла собой серию статичных роликов без какой-либо анимации, которые выходили по заранее разработанному расписанию, подстраивались под определенное время суток и погодные условия. Такая реклама не мельтешила, не отвлекала от дороги, освещала путь и заботилась о сне горожан.

- ГК Третий Трест
- Концептинг креативной РК
- Уфа

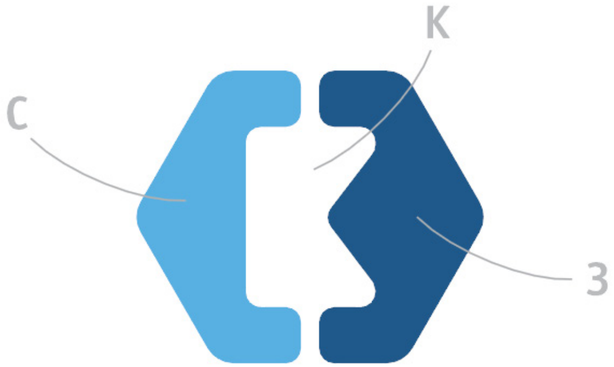
Третий Трест запустил ипотечную программу с очень привлекательными условиями — ипотека с маленьким процентом всего 6% годовых. Слово «ипотека» часто имеет негативный окрас и сравнивается с несвободой и чем-то страшным. Если обычная ипотека — страшный большой монстр, то наша — маленький нестрашный монстрик. На этой метафоре и построена вся рекламная кампания.

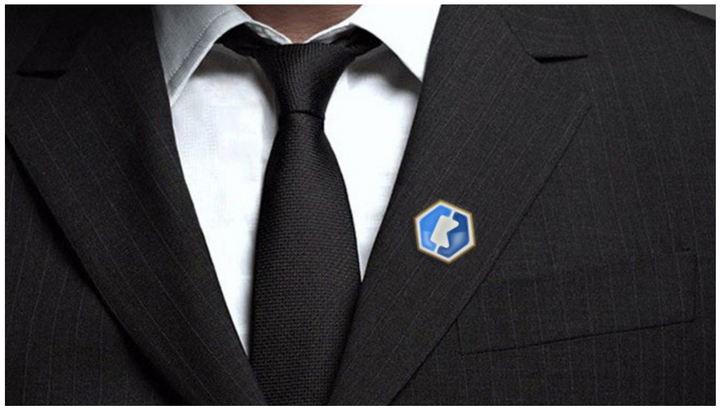
- Травогор
- Разработка логотипа, фирменного стиля и дизайна упаковки линейки травяных чаев
- Уфа

В данном проекте мы постарались максимально поддержать название травяных чаев фитоцентра М.В.Гордеева. В результате и логотип, и фирменный стиль получились травянисто-растительными, отражающими главную суть продукта. А разработанный в Ufagra дизайн упаковки выгодно отличает чаи «Травогор» на полке магазина от других аналогичных позиций. На протяжении длительного периода времени ни фирменный стиль, ни упаковка не претерпели каких-либо изменений, что говорит о высоком качестве и актуальности дизайнерского решения, а также большой популярности травяных чаев знаменитого фитоцентра.

- БЭСК
- Разработка концепции, верстка, контроль печати
- Уфа

Пожалуй, самым главным документом для акционеров любой крупной компании является годовой отчет. В нем отражены все важнейшие показатели предприятия, на основе которых подводятся итоги прошлого периода и строятся планы на будущее. Но чтобы сухой язык цифр, графиков и формул был максимально понятен, специалисты агентства Ufagra разрабатывают различные концепции, которые помогают таким серьезным документам выглядеть интересно и понятно большинству читателей. Каждое издание отличает уникальная стилистика, верстка и иллюстрации, которые создаются исключительно для этого документа. В результате заказчик получает оригинальный продукт, отразивший на своих страницах главные рекорды компании за предыдущий год.





- Салаватский катализаторный завод
- Разработка фирменного стиля
- Салават

Салаватский катализаторный завод (СКЗ) производит катализаторы и сорбенты для химической, нефтяной и металлургической промышленности. Производитель продаёт свою продукцию внутри страны и за её границами.
Перед нами стояла задачи найти такое уникальное визуальное решение, которое будет понятным широкому кругу людей и сможет отразить основные направления деятельности предприятия. В результате был разработан новый фирменный знак, который объединил все главные составляющие: и аббревиатуру названия (СКЗ), и схему химического реактора, и шестигранник бензольного кольца. Как показала практика новый строгий и техничный стиль стал хорошим катализатором развития компании и помог сформировать правильный образ современного высокотехнологичного бизнеса.

- АО «СТЕРХ»
- Ребрендинг хлебокомбината и упаковка кондитерской линейки
- Стерлитамак

Специалисты брендингового агентства Ufagra создали уникальную маркетинговую стратегию, провели ребрендинг хлебокомбината, по итогам которого была запущена серия рекламных кампаний.
Брендинг кондитерской линейки АО «Стерх» начался работой над самим продуктом. Были выделены четыре категории тортов по ситуациям потребления: для себя, для семейного чаепития, для гостей и торт на подарок. Также нами была разработана удобная форма обечайки, опоясывающей весь торт, не дающей коробке раскрыться и позволяющей удобно держать продукт, и внедрена система цветового и шрифтового кодирования вкусов.
Наша команда провела несколько сессий профессиональной студийной съемки тортов для получения максимально «вкусных» фотографий продукта, близких к идеалу. Мы показали торт на упаковке в разрезе. Этот простой, но эффективный ход позволил покупателям быстро понять, из чего состоит торт, и считать состав и вкус продукта гораздо быстрее, чем на упаковках тортов-конкурентов.

- Красноусольская
- Брендинг и упаковка минеральной воды
- Уфа

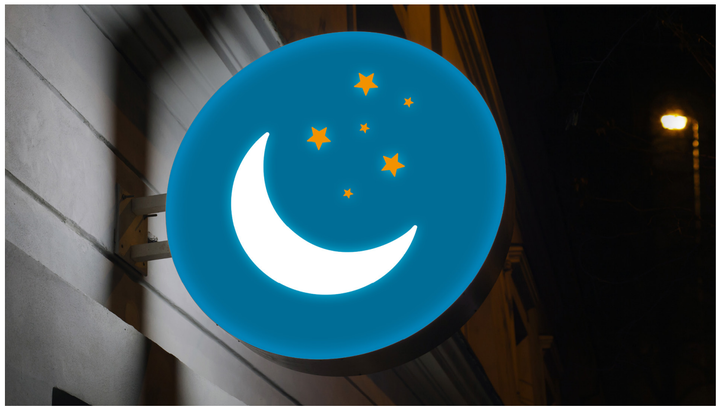
Апгрейд легендарного бренда — это всегда очень интересно, волнительно и ответственно. И сегодня, спустя более чем полгода работы над проектом, мы готовы представить обновленный логотип, фирменный стиль и упаковку воды «Красноусольская».
Задача, которая стояла перед нашей командой, заключалась в том, чтобы разработать современную графику, узнаваемый символ, который отразит чистоту и полезные свойства родниковой воды, дизайн этикеток для 13 позиций и POS-материалы для запуска рекламной кампании. Специально в рамках ребрендинга была изменена и форма самой бутылки объемом 1,5 литра. «Красноусольская» изменилась внешне, но осталась такой же полезной, как и была ранее.

- KÜHNER
- Брендинг фабрики кухонных гарнитуров
- Стерлитамак

Брендинговый проект мебельной компании, специализирующейся на производстве кухонных гарнитуров с качественной австрийской и немецкой фурнитурой, включал следующие этапы: разработка брендплатформы, нейминг, логотип и фирменный стиль. В результате фабрика обрела имя KÜHNER, а фирменный стиль нового бренда получился ярким и самобытным, вызывающий ощущение простоты, праздника, немецкой практичности и модульности.

- Саммиты
  SOC BRICS UFA2015
- Разработка PR-платформы и рекламной кампании
- Уфа

В 2015 году Уфа стала главным ньюсмейкером ведущих мировых информагентств, ТВ-каналов, интернет-порталов и прессы. Столица Башкортостана принимала саммиты ШОС и БРИКС. Событие мирового масштаба, новость о котором в одночасье вызвала массу самых противоречивых эмоций: от недоверия и сомнений до восторга и гордости. Перед брендинговым агентством Ufagra стояла задача разработать PR-платформу, объединяющую рациональные и эмоциональные преимущества саммитов для жителей Уфы. Также был создан слоган «Уфа — выбор мира» и запущена рекламная кампания саммитов SOC BRICS UFA2015.



- KROWATSON
- Брендинг фабрики мягкой мебели
- Уфа, Москва, Самара

Полный брендинговый проект, который включал в себя: разработку маркетинговой стратегии, нейминг, фирменный стиль и создание персонажа.
В данном кейсе за основу был взят альфа-продукт компании - кровать. Именно этот предмет интерьера, как и спальня, в целом, ассоциируется у большинства людей с гармонией и уютом личного пространства. Здесь же берет начало и история появления фирменного персонажа. Им стал лунный заяц, который отражен в фольклоре многих стран мира. Зовут его Степан Кроватсон. Познакомиться с ним не составит особого труда. Он уже прописался в официальных аккаунтах компании.
Несмотря на то, что команда Ufagra сделала ставку на кроватях, фабрика мебели Krowatson занимается производством диванов, пуфов и других предметов. Каталог достаточно широкий, чтобы удовлетворить самый взыскательный запрос. И сотни довольных клиентов лишь подтверждают это.

- Реафонд
- Экспресс-брендинг благотворительного фонда
- Уфа

Благотворительная организация «Реафонд», подобно большой птице, будет заботиться о ребятишках с проблемами опорно-двигательного аппарата и стараться вернуть им то чувство свободы и полета, которое было утеряно из-за возникших неприятностей. Именно эта идея легла в основу логотипа и фирменного стиля. В качестве заглавного элемента мы использовали белую птицу с птенцом. Данная метафора красиво раскрывается в паттерне на футболке и фирменной открытке, которую по нашей задумке будут вручать специалисты фонда здоровым детям.

- TT Magazine
- Журнал для ГК «Третий Трест»
- Уфа

В связи с выходом первого номера TT Magazine брендинговое агентство Ufagra расширило спектр услуг, которые мы можем предложить нашим заказчикам. Это не просто рекламный гид по новостройкам. У нас получился полноценный журнал формата life style с большим количеством интересных героев, который будет интересен и взрослым, и детям. На его страницах можно найти истории друзей и знакомых, интересные факты, ответы на важные вопросы (это будет особенно актуально тем, кто хочет приобрести квартиру в одном из жилых комплексов ГК «Третий Трест») и даже игры.

Периодичность издания – 1 раз в квартал. Срок производства – 45 рабочих дней. Объем – 32 страницы + обложка.

- Ак Сункар
- Ребрендинг авиакомпании
- Костанай, Казахстан

«Ак Сункар» — авиакомпания из Казахстана с собственным парком воздушных судов и профессиональной командой опытных пилотов, работающая в направлениях сельского хозяйства, санитарной авиации и охраны лесов.
Перед командой брендингового агентства Ufagra стояла задача разработать новый фирменный стиль, который должен был открыть новую страницу в биографии региональной b2b авиакомпании: выделиться на фоне конкурентов, чтобы сотрудники смогли гордиться любимым местом работы, новой ливреей самолетов и стильной униформой.
Было принято решение сделать ставку на символ предприятия, коим является особо почитаемый в Казахстане «белый сокол» (именно так переводится с казахского название организации). В результате авиакомпания обрела узнаваемый фирменный стиль: чистый, воздушный, с парящими в небе соколами.

BIG IDEAS
UFAGRA

Ваш персональный менеджер

Гирфатова Айгуль

- +7 927 236-91-71
- hello@ufagra.ru

ufagra

www.ufagra.ru