

МОЙ ДОМ – МОЯ РЕСПУБЛИКА



Задача

Нам необходимо было разработать корпоративный бренд и фирменный стиль Plastic Republic, в рамках которых бы выстраивалась единая система, где суббренды будут связаны положительными ассоциациями.

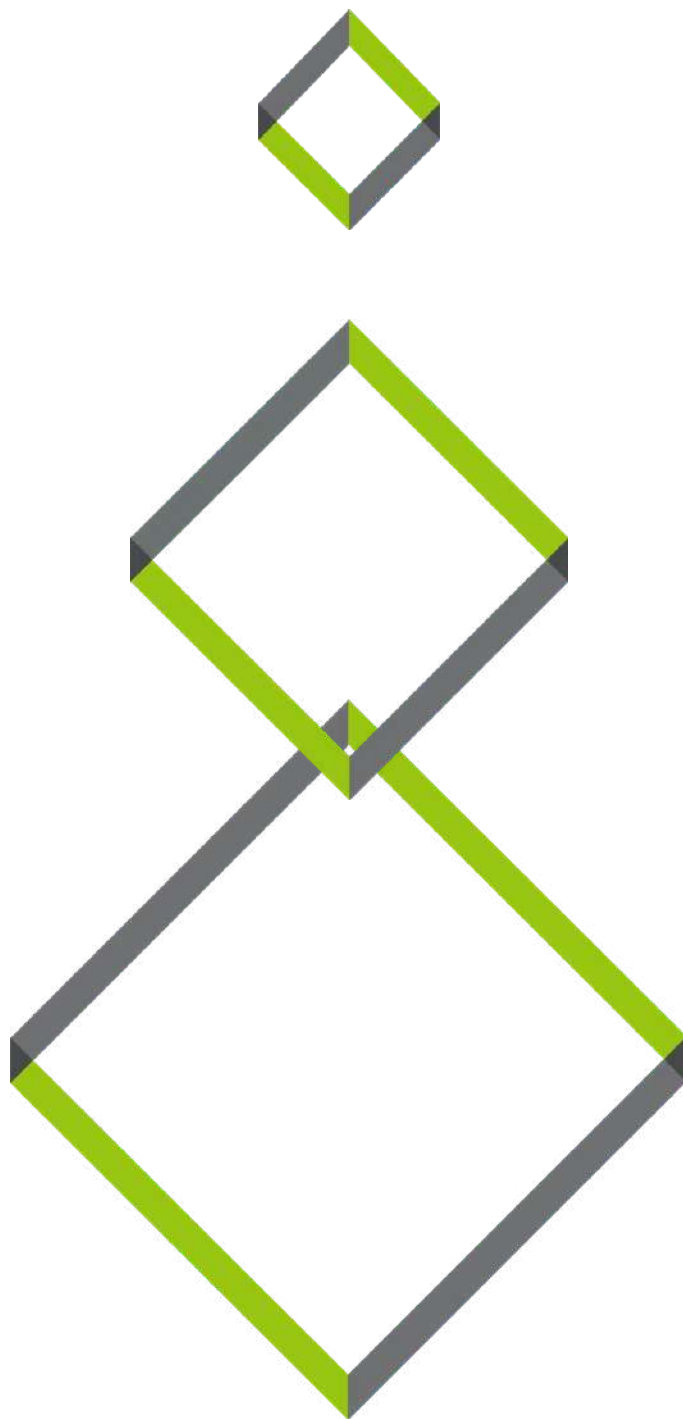
Клиент

Plastic Republic производит товары из пластика и является крупнейшим игроком на рынке Household в России. Сбалансированный портфель компании состоит из девяти брендов-экспертов, которые предлагают людям решения для самых разных пространств: дома, работы, дачи.

Решение

При разработке корпоративного бренда мы наладили систему взаимных ассоциаций с суббрендами. Четкая дифференциация по различным рынкам «навела порядок» в доме Plastic Republic и определила пути дальнейшего развития компании

01 Предыстория: разработка отдельных брендов



С 1996 года компания Plastic Republic предлагает потребителям решения в области пластиковых изделий хозяйственно-бытового назначения. На сегодняшний день 9 брендов, представляющих продукцию, можно встретить на полках практически всех сетевых гипермаркетов, супермаркетов и магазинов для дома.

Coruna Branding начала работать с Plastic Republic в 2011 году. Наша компания занималась проектированием бренда кувшинов-фильтров Avertum для воды, а также разработкой бренда товаров для хранения Plast Team. Ключевым моментом в сотрудничестве Coruna Branding и Plastic Republic стал проект по ребрендингу компании "Svip", производящей товары для уборки. Именно тогда появилась необходимость в создании корпоративного бренда.

Бренд-аудит показал, что каждая из отдельных компаний мало узнаваема и не воспринимается потребителями как часть одной системы. Более того, в портфеле брендов Plastic Republic возник конфликт на уровне ассортимента и зон ответственности. Например, были трудности с определением сути бренда Svip из-за пересечения его ассортимента с брендами Plastic centre, Little Angel и InGreen. Отсутствие корпоративного бренда являлось барьером на пути к развитию компании, не позволяющим осваивать новые рынки и категории.

02 От конфликта брендов к стратегии управления портфелем

Дифференцировать бренды по различным рынкам помогла разработка стратегии управления портфелем. В результате они перестали спорить друг с другом и выстроились в четкую систему. Такой способ существования суб-брендов открыл выход на дополнительные рынки сбыта: появились места для новых компаний холдинга, которые в будущем смогут заниматься узкоспециализированной продукцией.

Разработка корпоративного бренда не только решила задачу релевантности, но и наладила связь взаимных ассоциаций между организующим брендом Plastic Republic и каждым отдельным брендом компании.



03 Рождение корпоративного бренда: методики

Благодаря ключевым сотрудникам Plastic Republic мы выявили суть компании и ее уникальность. В работе использовали методики: OCAI, построение профиля, ассоциативные тесты. Мы проектировали эталонный продукт: не просто актуальный сегодня, но и через десятки лет Мы нашли ДНК бренда

Цель применения методик — выявить свойства, которые наиболее емко опишут суть бренда и укажут точные координаты его «ядра».

Стержневые свойства бренда дают его потребителям возможность сделать жизнь захватывающей и наполнить ее новыми впечатлениями.



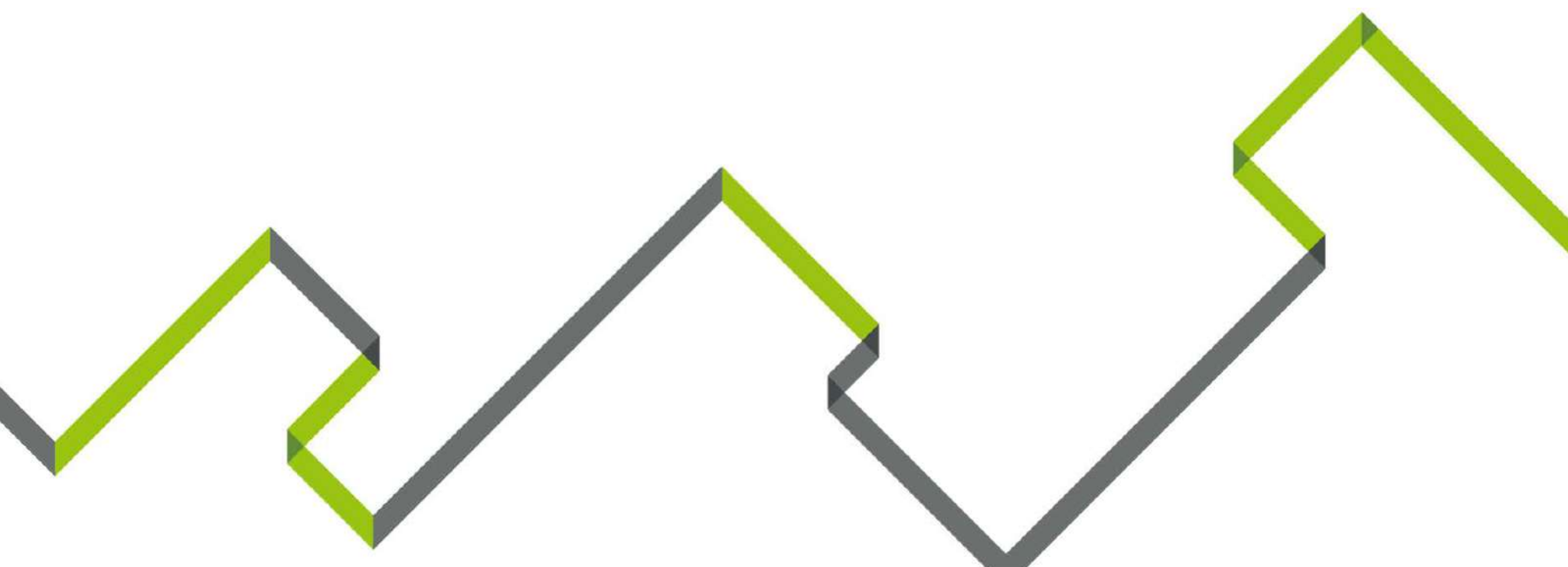
04 Воплощение идеи в фирменном стиле

Стержневые свойства нашли отражение в концепции визуального образа. За счет четко выстроенной сетки мы раскрываем идею системности компании. Гибкость и пластичность форм символизируют новаторство, готовность меняться, из раза в раз подстраиваясь под желаемый результат.



Удобная система

Концепция строится на идее пространства, которое ты можешь менять, дополнять и преобразовать при помощи продукции Plastic Republic.



Прозрачность

Прозрачность между элементами является особенностью визуального образа: она приносит мягкость и естественность в общую картину.

Модульная сетка

Сетка позволяет создавать единую гармоничную систему в рамках которой разрабатывается стилеобразующий элемент и, как следствие, весь стиль

Система знаков

Благодаря всем трем составляющим концепции были продуманы эмоциональные знаки, которые отражают платформу бренда.



Система во всём

Бесконечные
возможности



Любимое пространство



АННА
СЕРКУШ
Бренд-менеджер
Plastic Centre

Tel: +7 495 933 00 77,
+7 926 812 36 01
Mail: a.serkush@mysvip.ru
Web: www.plastic-republic.ru
г. Москва, Походный проезд, 14



АННА
СЕРКУШ
Бренд-менеджер
Plastic Centre

Tel: +7 495 933 00 77,
+7 926 812 36 01
Mail: a.serkush@mysvip.ru
Web: www.plastic-republic.ru
г. Москва, Походный проезд, 14



АННА
СЕРКУШ
Бренд-менеджер
Plastic Centre

Tel: +7 495 933 00 77,
+7 926 812 36 01
Mail: a.serkush@mysvip.ru
Web: www.plastic-republic.ru
г. Москва, Походный проезд, 14



МОЙ ДОМ –
МОЯ РЕСПУБЛИКА

Сохраняйте продукты свежими

Keep food fresh

Ежедневно мы выбрасываем продукты, которые могли бы съесть. Правильно организованное хранение пищевых продуктов поможет экономить как ваше время, так и семейный бюджет. Вы перестанете покупать лишнее, и у вас будет оставаться больше средств на все необходимые вещи, а также на приятные мелочи.

Every day we throw away food that could be eaten. Properly organized food storage will save you both your time and your family budget. You will stop buying excess, and you will have more funds for all the necessary things, as well as for pleasant little things.



МОЙ ДОМ –
МОЯ РЕСПУБЛИКА

Заботимся о ваших детях

Take care about your children

Продумывая самые незначительные детали, мы выбираем только безопасные материалы и используем проекты лучших европейских дизайнеров. Мы знаем, что наши продукты должны отвечать требованиям самых жестких критиков – любящих родителей. Мы работаем для того, чтобы ребенок всегда чувствовал себя окруженным любовью и заботой.

Thinking through the most minor details, we choose only safe materials and use the best designs European designers. We know that our products must meet the requirements of the toughest critics - loving parents. We work to ensure that the child always felt surrounded by love and care.



МОЙ ДОМ –
МОЯ РЕСПУБЛИКА

Порядок во всём

Order in all

Бренд InGreen появился в апреле 2007 года и специализируется на выпуске товаров из пластика для цветоводства и садоводства. Сегодня на долю InGreen приходится около 4,7% всего ассортимента рынка цветоводства и садоводства – это 117 наименований.

The InGreen brand appeared in April 2007 and specializes in the production of plastic goods for floriculture and gardening. Today, InGreen accounts for about 4.7% of the entire range of the market for floriculture and gardening - these are 117 items.



МОЙ ДОМ –
МОЯ РЕСПУБЛИКА

Сохраняйте продукты свежими

Keep food fresh

Ежедневно мы выбрасываем продукты, которые могли бы съесть. Правильно организованное хранение пищевых продуктов поможет экономить как ваше время, так и семейный бюджет. Вы перестанете покупать лишнее, и у вас будет оставаться больше средств на все необходимые вещи, а также на приятные мелочи.

Every day we throw away food that could be eaten. Properly organized food storage will save you both your time and your family budget. You will stop buying excess, and you will have more funds for all the necessary things, as well as for pleasant little things.



МОЙ ДОМ –
МОЯ РЕСПУБЛИКА

Заботимся о ваших детях

Take care about your children

Продумывая самые незначительные детали, мы выбираем только безопасные материалы и используем проекты лучших европейских дизайнеров. Мы знаем, что наши продукты должны отвечать требованиям самых жестких критиков – любящих родителей. Мы работаем для того, чтобы ребенок всегда чувствовал себя окруженным любовью и заботой.

Thinking through the most minor details, we choose only safe materials and use the best designs European designers. We know that our products must meet the requirements of the toughest critics - loving parents. We work to ensure that the child always felt surrounded by love and care.



МОЙ ДОМ –
МОЯ РЕСПУБЛИКА

Порядок во всём

Order in all

Бренд InGreen появился в апреле 2007 года и специализируется на выпуске товаров из пластика для цветоводства и садоводства. Сегодня на долю InGreen приходится около 4,7% всего ассортимента рынка цветоводства и садоводства – это 117 наименований.

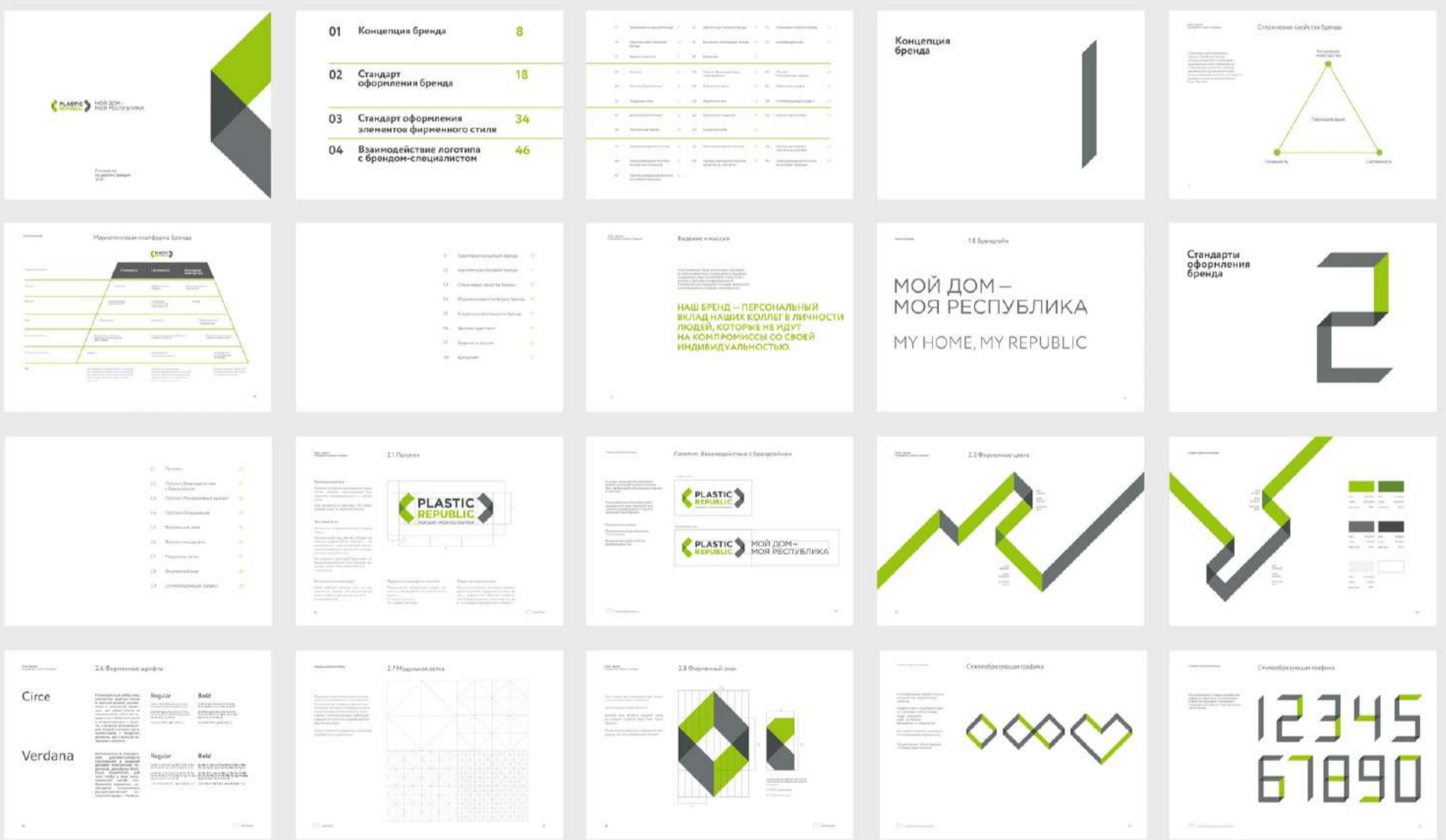
The InGreen brand appeared in April 2007 and specializes in the production of plastic goods for floriculture and gardening. Today, InGreen accounts for about 4.7% of the entire range of the market for floriculture and gardening - these are 117 items.





Брендбук

Последним этапом работы стал брендбук, объединивший в себе концепцию бренда и правила работы с фирменным стилем.



Plastic Republic — это компания, которая, благодаря своей готовности к переменам, практичным творческим решениям и широкому взгляду на вещи, лидирует в каждой из ниш категории Household. Именно она позволяет создавать персонализированные решения, помогая потребителям полюбить свой дом и организовать пространство, где каждая вещь и каждая линия подчинена твоим желаниям. Место, которое принимает форму твоего настроения. Пластичную и гибкую систему, организованную по твоим правилам. Мир, который меняется и подстраивается под каждый твой день. Создать свой дом — свою республику.

Команда проекта

CORUNA BRANDING

Куратор проекта — Ким Анатолий
Директор проекта — Владлена Ким (Стефанцова)
Директор проекта — Груздева Марина
Руководитель дизайн-группы — Усанов Иван
Дизайнер — Готовко Мария
Руководитель стратегической группы
— Черёмушкин Антон
Стратег — Иванов Виктор
Стратег — Гирич Марина
Специалист пре-пресс — Черепков Кирилл

Plastic Republic

Совладелец — Горяинов Андрей
Совладелец — Горяинова Наталья
Генеральный директор — Солодовникова Елена
Директор по маркетингу — Кохов Артем



Хотите подобный проект?



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, 191167
ПЛОЩАДЬ АЛЕКСАНДРА НЕВСКОГО, Д. 2
Б/Ц «МОСКВА», ОФИС 901
OFFICE@CORUNA.RU
+7 (812) 318 33 64

МОСКВА, 119017,
УЛ. ПЯТНИЦКАЯ, Д. 37, ОФ. 1
OFFICE@CORUNA.RU
+7 (499) 500 49 30