

О проекте "Обрані Бренди 2015"

1. Не секрет, что известные всем нам бренды - это воины глобализации. Однако в странах где произошло очень серьезное падение уровня жизни, в число которых входит и Украина, их жизнестойкость находится между "останутся только они" и "мы не можем себе это позволить". Мы решили организовать голосование и узнать более точную позицию представленных в регионе брендов и представить ее в виде каталога "Обрані Бренди".

2. Одна из форм участия в проекте - социальная. Это значит, что для каждого бренда, прошедшего все этапы голосования будет предложена возможность бесплатного представления в каталоге. Но мы понимаем, что все бренды - это бизнес-проекты и их коммерческое участие позволит презентовать себя на понятном и достаточном для потребителей уровне. Говоря языком их создателей, бренды могут быть похожи на "серых мышей", "хитрых лис", "могучих львов", "больших слонов" и "неповоротливых гиппопотамов".

3. Команда дизайнеров с которым мы работаем, создает новую форму каталога, где главное - яркие эмоции и легкость восприятия. Внешний вид каталога мы готовы показать уже сейчас. А внутри мы увидим бренды нанизанные как жемчужины на нитку, собираются в единый ансамбль товарной категории.

4. "Едим", "Пьем", "Одеваемся", "Обуваемся" - именно вокруг этих жизненных циклов мы будем выстраивать бренды, которые будут избираться соответствующими голосующими командами - для каждой группы брендов свои. Например по так называемых товарах широкого потребления будут голосовать "Целевые потребители". По брендам с бесспорным качеством будет голосовать Экспертный Совет. А по компаниям-брендам с высокой репутацией - Отраслевая Комиссия.

5. Голосующие команды ранее имели опыт работы. В 2012 году Экспертный Совет, в состав которого входят владельцы бизнеса и известные топ-менеджеры, принимал участие в выборе ведущих компаний корпоративного сегмента, а "Целевые Потребители" принимали участие в исследованиях 2011 года, когда с их помощью подтверждались результаты полевых интервьюеров.

6. Мы не изобретаем велосипед, поэтому сито голосования будет состоять из 5 базисных компонентов бренда - узнаваемость, лояльность, соответствие, присутствие и идентификация. Все как книга пишет.

7. Право бренда - выбрать параметр голосования. Для недорогих или как сегодня говорят демократичных - это "Народный выбор". Для середнячков - "Наилучшее соотношение цена/качество", для дорогих брендов - "Бесспорное качество". Но есть и компании-бренды. Для них создан параметр "Высокая репутация".

8. В проекте всегда есть место добровольцам, готовых распространять идею "Обраних Брендів". Для этого достаточно зарегистрироваться на сайте именароку.com и поделиться своим имейлом. Самые активные будут вознаграждены известностью и сертификатами от наших партнеров.

9. Обрани Бренди - это не конкурентное соревнование. Это добровольное участие в голосовании владельцев или представителей брендов с целью быть представленным в формате каталога, оутдор-презентации или быть награжденным статуэткой "Обраний Бренд" на церемонии награждения лауреатов конкурса "Имена, Которым Доверяют" в сентябре 2015 года и "прогреметь" на весь город.

Команда проекта «Обрани Бренди»