

超优版

Vienna, August 2013

夏勒食品 - 案例分析

Schaller Premium

出发点
目标
品牌实施
公关启动
总结

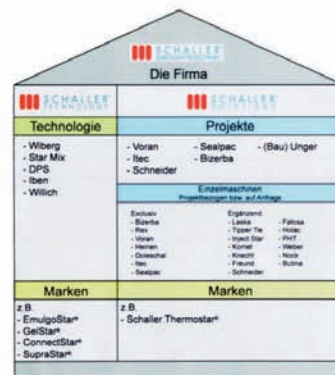
奥地利夏勒食品公司委托cdc 品牌创造公司 (cdc | Brandcreation) 对其在食品技术领域进行商家对商家 (B2B) 交易市场的商业品牌进行定位, 并在东欧和中亚市场里进行品牌设计和实施。

Aktuelle Überlegungen zur Überarbeitung der Markenarchitektur

Dachmarke



Geschäftsfelder

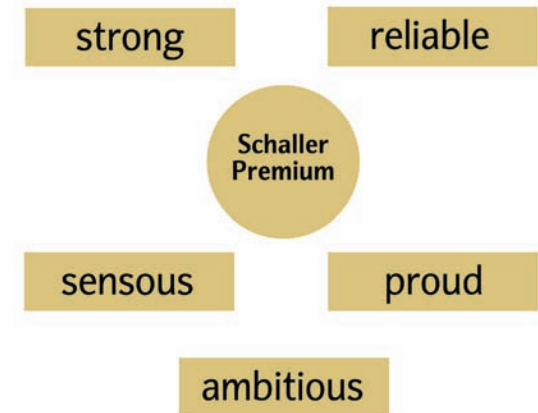


- Produkte
- Partnermarken
- Eigenmarken
- etc.

出发点
目标
品牌实施
公关启动
总结

在食品技术质量领域里，通过打造夏勒食品 - 超优版这个品牌创建一个独特的商家对商家 (B2B) 交易市场的商业模式，此品牌专为中亚和东欧市场量身打造，并打算将其优秀的影响效应扩大到其他地区的市场

Skizzen zum Markenhaus



出发点

目标

品牌实施

公关启动

总结

通过对俄罗斯市场的考察和对顾客、工作人员和供货商的采访，Ecellence in Food “卓越的食品”成为了夏勒食品公司内部的工作创作室里的相关品牌属性和公司诠释自己品牌的定义。

根据品牌的原则，现阶段要把重新设计包装作为着眼点。因此为了使超优版的设想显著可见，cdc 品牌创造公司选择了在食品界不同寻常的金色，用于所有的包装件，如包装盒，包装手提袋，包装口袋和标签等。

 SCHALLER®

Excellence in Food

Совершенство в каждом продукте



出发点

目标

品牌实施

公关启动

总结

在品牌宝典Brandbook里，品牌定位和品牌属性都用图文并茂的形式加以说明。通过与俄罗斯合作商的沟通，书中的文章和广告宣传图都被赋予了国际间文化互通的含义。

来自东欧的150位嘉宾应邀出席了在维也纳的罗威马提科论坛公司（Novomatic Forum）举行夏勒食品公司的品牌发布会。发布会首先将相关视频，品牌书和包装产品对员工，贸易商和代理商进行了展示，第二部分是在一个品牌工作创作室里举行。这次为期两天的活动，让参与者对夏勒食品公司的新品牌原则和远景有了进一步的了解。





SCHALLER®
PREMIUM



Делаем хорошее – лучше

Надежное качество, экспертная поддержка, сотрудничество с ведущими мировыми производителями и опыт наших сотрудников – все это отражается в нашем комплексном подходе, гарантирующем успех наших заказчиков. Чтобы усилить этот эффект, мы объединили такие продукты, как специи, добавки, панировки, эмульгаторы и таухмассы под одной торговой маркой Schaller Premium. Отныне все преимущества целостного сервисного подхода носят единое имя - Schaller Premium.

ЗАО «ШАЛЛЕР». Россия, 115054, Москва, Павелецкая пл., д. 2, стр. 2.
Тел.: +7-495-797 63 33 Факс: +7-495-797 63 44
office.moskau@schalleraustria.com, www.schalleraustria.com

*Excellence in Food
Совершенство в каждом продукте*



出发点
目标
品牌实施
公关启动
总结

在世界一流的法兰克福IFFA国际肉类加工工业展览会上，夏勒食品公司的公关活动正式启动，cdc 品牌创造公司负责了整个展览会期间的宣传工作。主要包括公关词发布、促销活动、宣传册、产品目录。这个活动对夏勒食品公司品牌的标识进行了全面的诠释。



出发点
目标
品牌实施
公关启动
总结

夏勒食品公司的品牌品牌属性，如“可靠，稳定”的表达方式

可靠的

表达形式

1. 可靠的产品	产品 / 沟通
2. 稳定的质量	产品 / 沟通
3. 双倍的质量检查	服务 // 沟通
4. 专业知识	服务 / 沟通 / 行为
5. 会谈时间、数量约定的遵守	行为
6. 投诉解决过程	行为 / 沟通



出发点

从品牌设计的全过程到举行品牌发布会需要的时间为9个月，员工的学习过程，包装的转换及在中亚和东欧地区分公司的装备，则花费了6个月的时间。

目标

品牌实施

公关启动

总结

员工以及贸易商更乐意接受包装的改变，经销商对夏勒食品公司的超优版品牌产品的需求也呈增加上升趋势。

在订单和销售额上也会很快收到显著效果。