

Schaller Premium

1. Постановка задач

2. Исходное положение

3. Стратегия

4. Цель

5. Реализация

6. Запуск бренда на общий рынок

7. Внутренние мероприятия

8. Заключение

1. Постановка задач

Австрийское предприятие Schaller поручило компании cdc | Brandcreation выполнить позиционирование торгового бренда B2B в области технологий производства пищевых продуктов, а также реализовать его внедрение, направленное на восточноевропейские и центральноазиатские рынки.

1. Постановка задач
2. Исходное положение
3. Стратегия
4. Цель
5. Реализация
6. Запуск бренда на общий рынок
7. Внутренние мероприятия
8. Заключение

2. Исходное положение

Предприятие Schaller осуществляет поставки для индустрии обработки продовольственных товаров в Центральной Азии и Восточной Европе и, кроме того, имеет в своем распоряжении сеть из 20 филиалов и более 180 торговых точек. Наряду с проектированием и вводом в эксплуатацию установок и машин одним из основных направлений деятельности компании являются технологии производства пищевых продуктов. При этом предприятие выступает как продавец высококачественных продуктов, таких как смеси пряностей, эффективные пищевые добавки, хлеб для фарша, связующие системы, а также оболочки для мясных изделий.

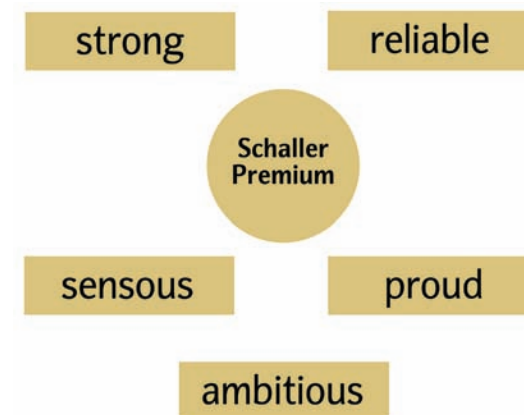


1. Постановка задач
2. Исходное положение
3. Стратегия
4. Цель
5. Реализация
6. Запуск бренда на общий рынок
7. Внутренние мероприятия
8. Заключение

3. Стратегия

Компания cdc | Brandcreation создала зонтичный бренд Schaller Premium, чтобы объединить под ним различных поставщиков. Данный зонтичный бренд, с одной стороны, позволяет достичь независимости от отдельных поставщиков, а с другой стороны, гарантирует клиентам высокое качество продукции.

Skizzen zum Markenhaus



1. Постановка задач
2. Исходное положение
3. Стратегия
4. Цель
5. Реализация
6. Запуск бренда на общий рынок
7. Внутренние мероприятия
8. Заключение

5. Реализация

После исследования рынка в России, а также интервью с клиентами, сотрудниками и поставщиками в рамках внутренних рабочих совещаний, были определены значимые атрибуты бренда, а также слоган предприятия **«Превосходство в еде»**.

На данном этапе главное внимание уделялось основополагающим принципам бренда и разработке новой концепции упаковки. Чтобы также наглядно подчеркнуть идею о первоклассном качестве продукции, предпочтение было отдано нетипичному для данной области золотому цвету. Было принято решение использовать его во всех видах упаковки, таких как ящики, сумки и мешки, а также на этикетках.

 **SCHALLER**[®]

Excellence in Food

Совершенство в каждом продукте



1. Постановка задач
2. Исходное положение
3. Стратегия
4. Цель
5. Реализация
6. Запуск бренда на общий рынок
7. Внутренние мероприятия
8. Заключение

Позиционирование и атрибуты бренда были проиллюстрированы в буклете бренда. При этом тексты и сюжеты были согласованы с нашими российскими партнерами в отношении их международного значения.

Бренд был представлен 150 приглашенным гостям из Восточной Европы на форуме Novomatic в Вене. В рамках презентации сотрудникам, продавцам и представителям были продемонстрированы видео, буклет бренда и упаковка. Во второй части 2-дневного мероприятия участники подробнее ознакомились с видением и основополагающими принципами бренда во время тематического семинара.



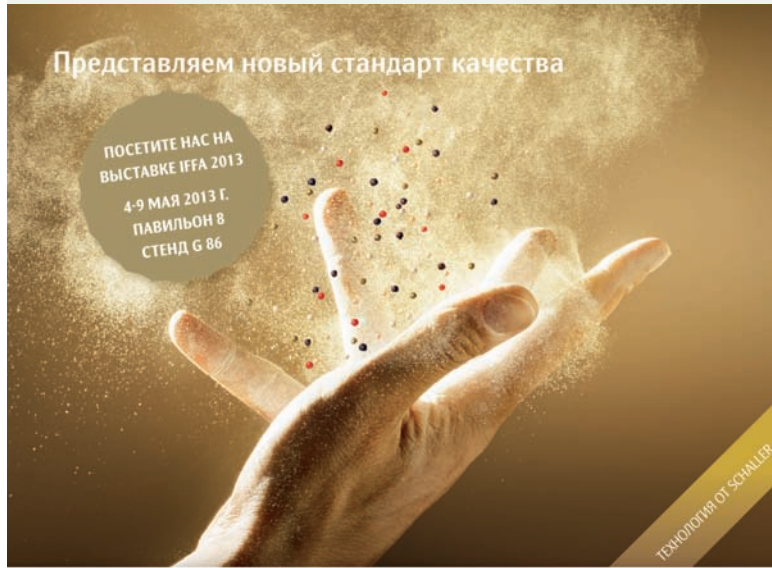
1. Постановка задач
2. Исходное положение
3. Стратегия
4. Цель
5. Реализация
6. Запуск бренда на общий рынок
7. Внутренние мероприятия
8. Заключение

6. Запуск бренда на общий рынок

Официальный запуск бренда прошел в рамках ведущей международной выставки IFFA во Франкфурте. При этом компания cdc | Brandcreation отвечала за все презентации на выставке.

Публичное пиар-заявление, рекламная кампания в прессе, иллюстрированные брошюры и каталог продукции дополнили представление бренда на рынке. В ходе позиционирования бренда Schaller Premium весь имидж предприятия Schaller был последовательно переработан и адаптирован к измененным рамочным условиям.





SCHALLER®
PREMIUM

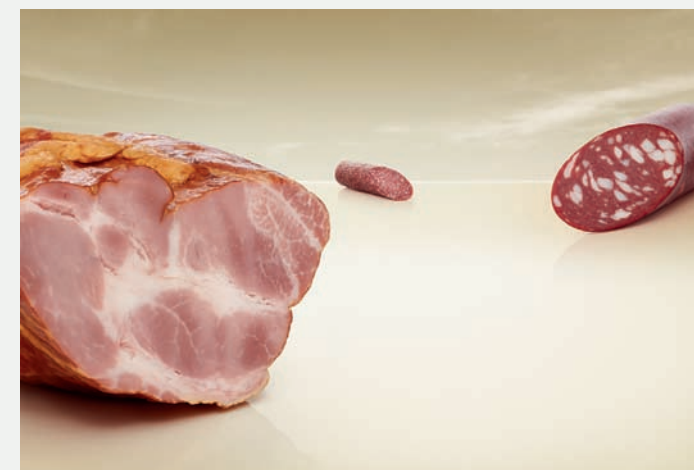


Делаем хорошее – лучше

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*



1. Постановка задач
2. Исходное положение
3. Стратегия
4. Цель
5. Реализация
6. Запуск бренда на общий рынок
7. Внутренние мероприятия
8. Заключение

7. Внутренние мероприятия

Для дальнейшего внедрения бренда, а также для привлечения сотрудников и партнеров был создан тематический план, который позволяет реализовывать атрибуты бренда в виде конкретных мероприятий. Таким образом, например, для такой основной коммуникационной задачи как надежность в компании Schaller была назначена дополнительная проверка качества. Кроме того, была создана собственная испытательная лаборатория, чтобы обеспечить стабильное качество продукции.



1. Постановка задач
2. Исходное положение
3. Стратегия
4. Цель
5. Реализация
6. Запуск бренда на общий рынок
7. Внутренние мероприятия
8. Заключение

Проявления были разделены на такие группы, как продукция, услуги, отношение и коммуникация, чтобы создать и назначить для них отдельные мероприятия.

Надежность

Проявление

1. Надежная продукция	Продукция/коммуникация
2. Стабильное качество	Продукция/коммуникация
3. Двукратная проверка качества	Обслуживание/коммуникация
4. Профессиональная компетенция	Обслуживание/коммуникация/отношение
5. Соблюдение сроков, количеств	Отношение
6. Процесс обработки претензий	Отношение/коммуникация

1. Постановка задач
2. Исходное положение
3. Стратегия
4. Цель
5. Реализация
6. Запуск бренда на общий рынок
7. Внутренние мероприятия
8. Заключение

8. Заключение

Продолжительность всего процесса создания бренда вплоть до его запуска на общий рынок составила 9 месяцев. Для процессов обучения сотрудников, перехода на новый вид упаковки, а также для оснащения филиалов в Центральной Азии и Восточной Европе были рассчитаны дополнительные 6 месяцев.

Изменения были положительно восприняты как сотрудниками, так и продавцами. Также положительным показателем стало увеличение запросов от продавцов на принятие ассортимента продукции Schaller Premium. Тенденции в отношении заказов или контрольных показателей объема продаж будут известны не раньше, чем через год.