



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА

РАЗРАБОТКА ТОРГОВОЙ МАРКИ



ДЕ-БРИФ

ЦЕЛЬ ПРОЕКТА: разработать новую торговую марку посуды одноразового использования в сегменте «премиум».

Ассортимент: бумажная посуда, посуда из полипропилена для холодного и горячего использования, предметы сервировки стола.

ЗАДАЧА: разработать бренд, который будет представлен в широкой рознице и сможет достойно конкурировать с существующими торговыми марками в категории «одноразовая посуда».

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ: мужчины, женщины, от 25-40 лет, вид деятельности - менеджер среднего звена, руководитель отдела, офисные работники, домохозяйки, директора. Доход: «средний+», «высокий».



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЦЕЛИ ПРОЕКТА

БИЗНЕС-ЦЕЛИ:

- Создать новый бренд, который будет способен представить продукцию ООО «АРКАПЛАСТ» максимально привлекательной для потенциального потребителя и обращающей на себя внимание.
- Сформировать стабильный спрос на продукцию под новой ТМ.

МАРКЕТИНГОВЫЕ ЦЕЛИ:

- Привлечь внимание потребителей к новой ТМ, обеспечить запоминание.
- Достичь рациональных и эмоциональных потребительских предпочтений по отношению к новой ТМ.
- Сформировать у потребителя образ актуальной, качественной ТМ, поставщика оригинального продукта.
- Завоевать и удержать потребителя.
- Выполнить отстройку от конкурентов, презентовать новую торговую марку как бренд, предлагающий качественный продукт, обеспечив ему благодаря этому признание широкого круга ЦА.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

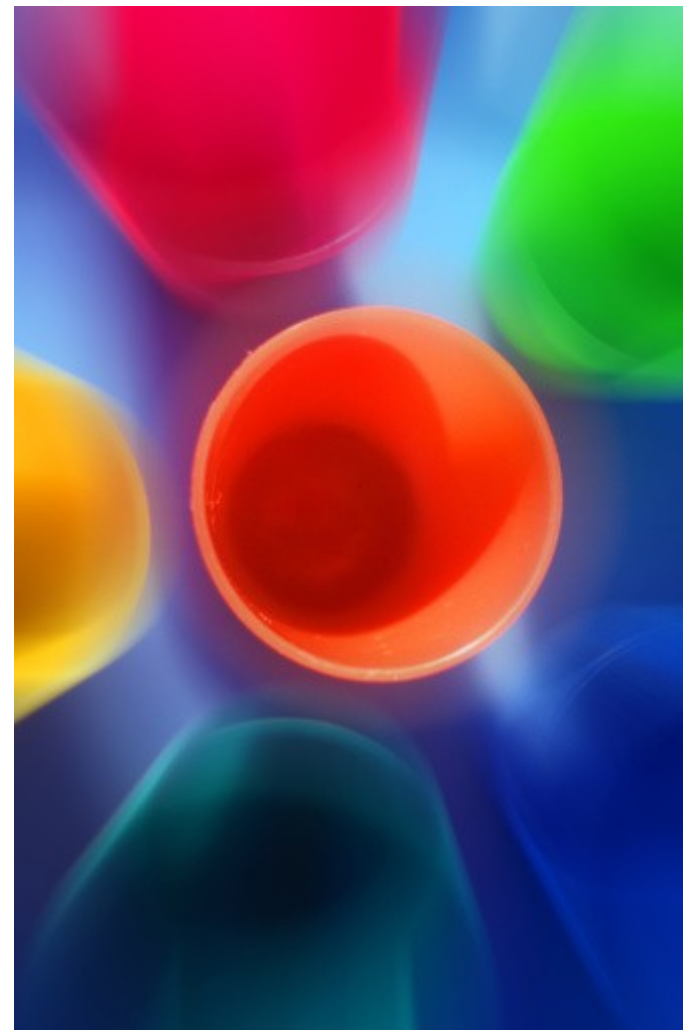
WWW.GBS.COM.UA

ТМ ОДНОРАЗОВОЙ ПОСУДЫ КОНКУРЕНТНОЕ ОКРУЖЕНИЕ



ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

- По мнению экспертов, рынок одноразовой посуды является стратегически интересным и перспективным, так как по сравнению с Европой и США в Украине уровень потребления одноразовой посуды примерно в 10 раз ниже.
- Рынок одноразовой посуды в Украине далек от насыщения и на протяжении нескольких лет будет демонстрировать рост порядка 5-7%. Однако в последнее время украинский рынок претерпел существенные изменения, и это стало толчком к его качественному преобразованию.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

1. «Однодневные» компании теряют позиции, а крупные производители всерьез задумались о привлекательности своей продукции. Мощным элементом маркетинга в сегменте одноразовой посуды становятся инновации.
2. На рынке наблюдаются тенденции увеличения ассортимента по видам и емкости одноразовой посуды, немаловажную роль также играет цветовая гамма и стиль оформления продукции.
3. На первый план в критериях выбора одноразовой посуды выходят качество и презентабельный внешний вид. Одной из наиболее актуальных тенденций в продаже одноразовой посуды является возросший спрос не на отдельные позиции, а на наборы.
4. Потребители перестали рассматривать одноразовую посуду только как тарелки, стаканчики и скатерти, которые должны быть функциональными и удобными. Сейчас потребители все чаще воспринимают одноразовую посуду в качестве составляющей праздничного антуража.
5. Главная проблема выбора для потребителя одноразовой посуды на сегодняшний день — это отсутствие позиционирования, однотипность продукции большинства производителей. Поэтому доминирующими на рынке могут стать производители, хорошо себя зарекомендовавшие, предлагающие максимально широкий ассортимент и предоставляющие гарантии качества и безопасности.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОБЩАЯ СИТУАЦИЯ НА РЫНКЕ

Основные конкуренты будущей торговой марки на рынке одноразовой посуды:

ТМ «EVENTA» (корпорация БИОСФЕРА),
ТМ «ART I PARTY» (корпорация БИОСФЕРА),
ТМ «МЕЛОЧИ ЖИЗНИ» (ООО ЭРГОПАК),
ТМ «HAPPY PARTY» (КОМПАНИЯ Л.Л.К).

Главным конкурентом на рынке в данный момент является
ТМ «EVENTA» (корпорация «БИОСФЕРА»).



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. «БИОСФЕРА»

ИСТОРИЯ: Корпорация «Биосфера» - известный производитель и дистрибьютор товаров хозяйственного и гигиенического назначения.

Компания с многомиллионным оборотом занимает одно из лидирующих положений в Украине.

Ведет свою деятельность с 1997 года. Начинала свою деятельность в 1997 году в составе корпорации «ОЛЬВИЯ» как дистрибьютор продукции компаний «Kimberly – «Clark International» (TM Kotex, Huggies), «SCA, International» (TM Libresse, libero), «TZMO» (TM Bella), «Nicols» (TM Nicols).

В 2001м году вышла из состава «ОЛЬВИИ» и начинает самостоятельную деятельность.

Продукция корпорации «Биосфера» широко представлена в розничных сетях Украины и поставляется в страны СНГ и Европу. Продукция ежегодно получает высшие награды на международных конкурсах.

Корпорация «Биосфера» на сегодняшний день имеет три собственных производственно – логистических предприятия. В Украине это - ««Биосфера»-Комплекс» в г. Днепропетровске и производственно – логистический центр "Термопласт" в г. Летичев (Хмельницкая обл.). В России "«Биосфера»-Полимер" в г. Белгород.



BIOSPHERE
corporation



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. «БИОСФЕРА»

РЕАЛИЗУЕМАЯ ПРОДУКЦИЯ: Корпорация «Биосфера» эксклюзивно представляет на территории Украины 6 популярных европейских марок и создает свои бренды (15 собственных торговых марок).

МИССИЯ КОМПАНИИ: Создавать и представлять успешные бренды и товары по уходу за домом и для личной гигиены, которые качественные, современные, дарят положительные эмоции, удовлетворяют различные запросы и вкусы потребителей.

ДЕКЛАРИРУЕМЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА: Жесткая трехступенчатая система контроля (контроль качества сырья и материалов, поступающих на производство; промежуточный контроль; контроль готового продукта), соблюдение всех санитарно-гигиенических норм.

Европейский стиль бизнеса (инициативность, амбициозность, дисциплинированность в работе, забота о сотрудниках).

Собственные производственные мощности, новое оборудование.

Хорошо развитая логистика.

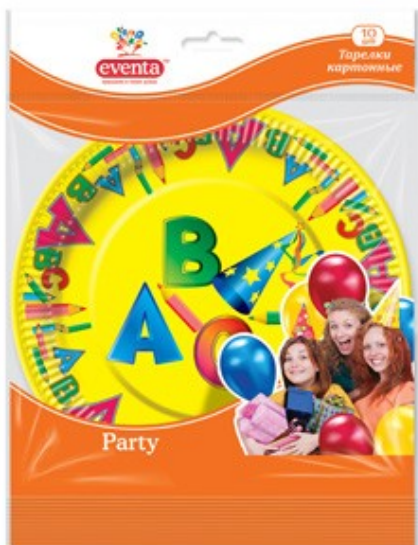


BIOSPHERE
corporation



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. ТМ EVENTA



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ: ТМ EVENTA передаст настроение и идеи самого требовательного организатора праздника.

СЛОГАН: «EVENTA. Праздник в твоих руках!»

ДЕКЛАРИРУЕМЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА: высокое качество, разнообразный дизайн, широкий ассортимент, отличная представленность в продаже.

АССОРТИМЕНТ: развивается в 3-х направлениях:

EVENTA Party - дизайнерские коллекции, которые сделают ярким и незабываемым любой праздник, EVENTA Everyday - одноразовая посуда на каждый день; EVENTA Picnic - специально для праздников на открытом воздухе, природе, для больших компаний.

ЦЕНОВОЙ СЕГМЕНТ: «средний», «средний+»

РЕКЛАМНАЯ АКТИВНОСТЬ: размещение информации на профильных сайтах, копакинг, проведение акций для покупателей, продвижение через интернет. Активно продвижение ТМ EVENTA не ведется, однако марка хорошо представлена в рознице.

САЙТ ТМ: информация о марке размещена на <http://www.biosphere-corp.com/>
Собственный сайт марки отсутствует.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. ERGORACK.

ИСТОРИЯ: «Эргопак» - это торгово-производственная компания, основанная в 1996 г. в Украине. Представлена своей продукцией во многих странах мира (страны экспорта компании Эргопак: Южная Корея, Россия, Беларусь, Грузия, Молдова, Польша, Франция, Канада, Китай). Производит ассортимент товаров для дома, поддержания санитарии и комфорта домашнего быта: кульки для мусора, губки, салфетки, скребки, фольгу для выпечки и хранения продуктов, пластмассовые изделия.



В Украине компания начала свою деятельность в 1996 году, называясь «Эрголайн» компания построила дистрибуцию во всех регионах Украины, продавая товары для дома под ТМ "Сучасний Дім". В 1999 г. было основано собственное производство. В период интенсивного развития производства произошло изменение - дистрибуционная компания «Эрголайн» трансформировалась в производственно-дистрибуционную компанию «Эргопак».

В 2007 году компания «Эргопак» приобретает собственные 15000 т.м2 площадей где успешно оптимизирует работу производства, товарно-сырьевой логистики, а так же склада.

В настоящее время компания «Эргопак» анонсирует, что постоянно наращивает производственные мощности в соответствии с существующим спросом на популярные товары по уходу за домом.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. ERGORACK.



ЭРГОПАК
Фабрика товаров для дома

РЕАЛИЗУЕМАЯ ПРОДУКЦИЯ: Предприятие является производителем и дистрибьютором продукции в категории «одноразовая посуда», товаров для уборки и приготовления пищи.

Реализуются товары под 3 торговыми марками в разных ценовых сегментах:
ТМ «NOVAX»\ «Копейка» – недорогой товар для повседневного ухода по дому,
«Мелочи Жизни» – средняя по цене, широкая ассортиментная линейка удовлетворяющая спрос большинства домохозяек,
«DOMI» – изысканные товары для хозяек получающих эстетическое удовольствие от ухода за домом.

МИССИЯ КОМПАНИИ: Комфорт и уют в каждом доме проецируют подобную модель поведения на общество, где аккуратность становится нормой, чистота становится правилом, в таком обществе происходит очищение сознания доставшегося в наследство от предшествующих поколений.

ДЕКЛАРИРУЕМЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА: Собственное производство. Инновационность продукции. Доступность и удобство для потребителя при выборе и покупке товаров для дома. Формирование культуры пользования товарами для дома и эффективного ведения домашнего хозяйства. Удержание позиций лидера на рынке товаров для дома и влияние на развитие рынка в целом.

«Эргопак» — это 800 специалистов, ежедневно работающих над усовершенствованием продукции, чтобы облегчить труд домохозяек. Сеть представительств в регионах и промоутеров в торговых точках.



GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШІ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. ТМ «МЕЛОЧИ ЖИЗНИ»

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ: ТМ с помощью ассортимента товаров поможет быстро и с удовольствием сделать любую работу в доме. Мы уважаем и любим наших покупателей, поэтому заботимся об их здоровье, красоте, настроении и комфорте.

СЛОГАН: "Больше, чем вы ожидаете".



ДЕКЛАРИРУЕМЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА: лидер продаж на рынке Украины в сегменте товаров по уходу за домом - средний по цене товар, широкая ассортиментная линейка удовлетворяет спрос большинства домохозяек ежедневно следящих за порядком в доме, высокое качество, представленность в продаже.

АССОРТИМЕНТ: под одной ТМ — House hold, одноразовая посуда, товары для кухни, товары для уборки.

ЦЕНОВОЙ СЕГМЕНТ: «средний».

РЕКЛАМНАЯ АКТИВНОСТЬ — высокая: реклама в прессе, pr, ценовые акции, рекламные акции, конкурсы, sms маркетинг, размещение информации на профильных сайтах, копакинг, реклама в ритейл-прессе, продвижение через интернет. поддерживает Профсоюз домохозяек Украины, проведение фотоконкурса «Летние Истории». Рекламные кампании базируются на радио-рекламе, интернет-рекламе. Активно принимает участие в благотворительности. Хорошо представлена в рознице. Марка продвигается на b2b рынке.

САЙТ ТМ: Собственный сайт марки отсутствует.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. «Л.К.К.»



ИСТОРИЯ: Компания «Л.К.К.» была основана в 2001 году и в данный момент является одним из лидеров на украинском рынке одноразовой посуды и иных хозтоваров. Работает с оптовыми, мелкооптовыми клиентами, супермаркетами, магазинами, гостиницами, ресторанами и кафе.

РЕАЛИЗУЕМАЯ ПРОДУКЦИЯ: Реализуются товары под 2 торговыми марками в разных ценовых сегментах:
ТМ «LUXY» – бумажные салфетки,
ТМ “Помічниця” – пластиковая одноразовая посуда
ТМ “Помічниця Harry Party” – аксессуары для праздника.

МИССИЯ КОМПАНИИ: насыщение национального и международного рынка высококачественными товарами, которые являются просто незаменимыми в повседневности.

ДЕКЛАРИРУЕМЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА: постоянное наличие товара на складах или обеспечение клиентов товаром в течении короткого времени; квалифицированная консультация менеджера; сертификаты на товар; хорошая ценовая политика; товарный кредит; доставка товара в удобное для клиента место и время. Инновационность продукции. Хорошая представленность в торговых точках.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. ТМ «ПОМІЧНИЦЯ»/ суббренд ТМ «HAPPY PARTY ПОМІЧНИЦЯ»

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ: не декларируется
(отсутствует)

СЛОГАН:
"Відпочинок не дрібниця. Допоможе Помічниця".

ДЕКЛАРИРУЕМЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА:
широкая ассортиментная линейка,
креативность продукции, хорошая представленность.

АССОРТИМЕНТ: под одной ТМ — House hold,
одноразовая посуда, товары для кухни, товары для
уборки.

ЦЕНОВОЙ СЕГМЕНТ: «средний», «средний -».

РЕКЛАМНАЯ АКТИВНОСТЬ: отсутствует.

САЙТ ТМ: Собственный сайт марки отсутствует.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОСНОВНЫЕ КОНКУРЕНТЫ. СВОДНАЯ ТАБЛИЦА

Торговая марка	Брендовая идентичность	Продвижение бренда компании	Прямая реклама	Продвижение через интернет	PR	Копакинг	Ценовые акции	Широкий ассортимент	Инновационность продукции	Работа с b2b	Социальный PR
Eventa											
Мелочи Жизни											
Помічниця Happy Party											



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

КОНКУРЕНТЫ. ВЫВОДЫ

- 1.** Крупные конкуренты в сегменте одноразовой посуды, присутствующие на украинском рынке сегодня, коммуницируют потребителю следующие главные идеи: “высокое качество”, “широкий ассортимент”, “хорошая представленность в продаже”.
- 2.** Конкуренты, предлагающие инновационный продукт, активно пропагандируют это.
- 3.** Имиджево наиболее опасным конкурентом является ТМ Eventa, потому что из всех конкурентов только ТМ Eventa говорит об эмоциональной составляющей продукта — празднике. Образ брендов «Мелочи жизни» и «Помічниця» неструктурирован. Однако это не мешает ТМ «Мелочи жизни» проявлять довольно серьезную рекламную активность (использовать традиционные методы рекламы и активно задействовать PR-продвижение).



GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

КОНКУРЕНТЫ. ВЫВОДЫ

4. Конкуренты занимаются не только продвижением своей ТМ, но и **ведут активную маркетинговую поддержку своих корпоративных брендов**, работая как над формированием имиджа компании у представителей ЦА, так и постоянно повышая лояльное отношение к своей конечной продукции. Как правило, именно удачный и вовремя сформированный **имидж корпоративного бренда впоследствии помогает производителям** выводить на рынок новые торговые марки и постоянно расширять ассортиментную линейку своих брендов.
5. Главные конкуренты работают не только через розницу, но и с b2b.
6. Учитывая рекламную активность торговых марок-лидеров, для того чтобы занять своё место на рынке, отвоевать собственную нишу и привлечь внимание покупателей, бренд должен обладать своим собственным выразительным имиджем и характером, выделяясь на фоне существующих предложений.
7. Покупателями, формирующими ядро целевой аудитории (женщины/мужчины 25-45 лет) позитивно будет воспринят новый, модный продукт, несущий в своём имидже, кроме сильный характер и европейское лицо.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ



ЯДРО ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

- Целевая аудитория одноразовой посуды включает в себя все возможные категории потребителей, является расплывчатой и не сфокусированной в целом.
- Наиболее частые ситуации потребления одноразовой посуды, которая будет выпускаться под новой торговой маркой:
 - Офисные мероприятия
 - Пикники
 - Детские праздники
- Ядро целевой аудитории – современные, активные женщины и мужчины, 25 — 40 лет. Образование - среднее, высшее. Доход: «средний+», «высокий».
- Чаще всего потребители посуды новой ТМ — офисные работники. Это менеджеры среднего звена, руководители отделов, директора небольших предприятий, но также это могут быть родители, которые устраивают праздник для своих детей.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ПРОФЕЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЯ. ОСОБЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ

Для этих людей типичны такие черты личности:

- Амбициозность
- Максимализм. Самоуверенность
- Стремление достичь успеха любой ценой
- Завышенная самооценка по сравнению с оценкой других
- Излишний прагматизм
- Недостаток внимания к интересам окружающих

Их достаточно конфликтогенные черты внешне проявляются в:

- демонстративности
- стремлении к превосходству
- агрессивности
- эгоизме.

Эти их личностные качества вызывают настороженность и неодобрение у окружающих людей. В ответ, отзеркаливая эти эмоции, они сами внутренне относятся к консерваторам с пренебрежением.

- **Условно мы разделили их 2 категории (которые также могут смешиваться):**
 - «Яркая личность»
 - «Влюбленные в красоту»



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

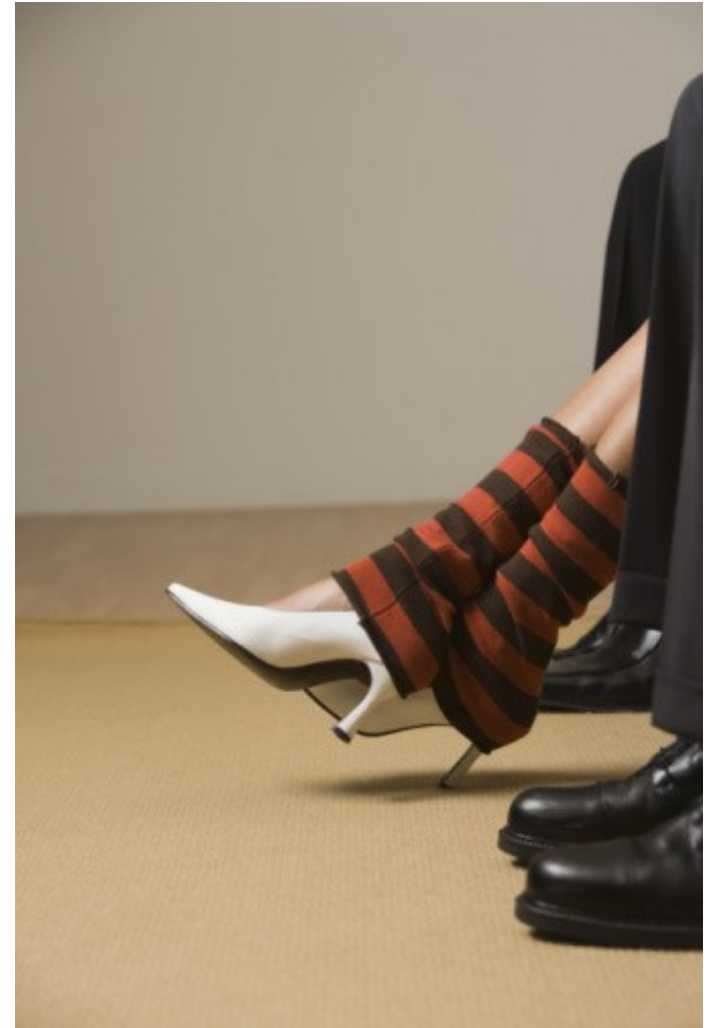
WWW.GBS.COM.UA

«ЯРКАЯ ЛИЧНОСТЬ»



СТИЛЬ ЖИЗНИ ПОТРЕБИТЕЛЯ. «ЯРКАЯ ЛИЧНОСТЬ»

- Обобщенная характеристика данной группы целевой аудитории — это новаторы, способные создать общественное мнение.
- Во всем стремятся быть оригинальными. Для них характерна ориентация на яркое внешнее поведение. Их слоганы по жизни: «Имидж — все!» и «Самореализуйся или умри!»
- Острым и значимым для них вопросом является понятие социального статуса. Поэтому для них особенно важна статусность продукции, которую они используют, и ее влияние на их социальный статус.
- Важную роль в восприятии ими бренда играет первая покупка и выводы, сделанные при первичном приобретении товара.
- Амбициозны, считают себя успешными, состоявшимися в жизни, но тем не менее беспокоятся, что о них подумают окружающие.
- Любят хорошо выглядеть, но не хотят выглядеть как все, стремятся выделяться. Не жалеют средств на свой внешний вид.

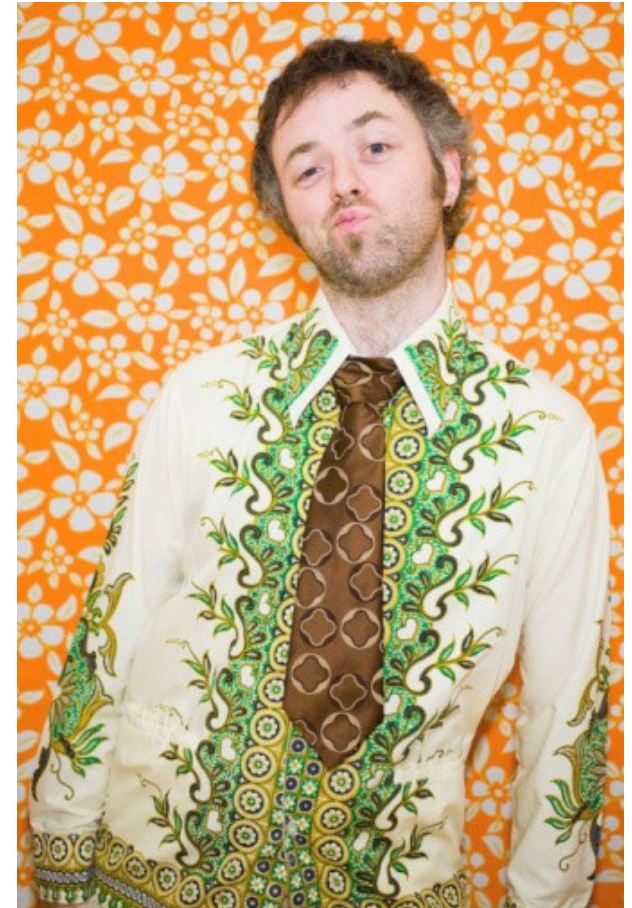


КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

СТИЛЬ ЖИЗНИ ПОТРЕБИТЕЛЯ. «ЯРКАЯ ЛИЧНОСТЬ»

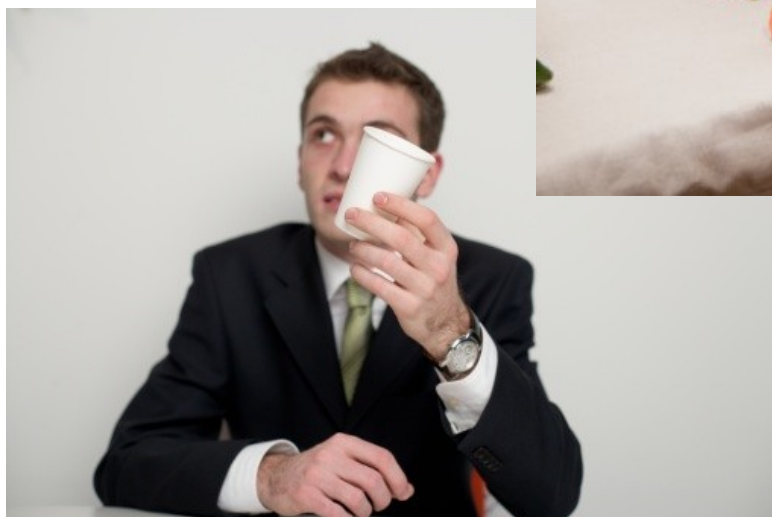
- Любят говорить о себе и своих достижениях.
- Праздники отмечают с особым размахом, чтобы соответствовать ожиданиям гостей. Не любят консерваторов, однако на празднованиях обычно соблюдают ритуалы, чтобы о них не подумали ничего дурного.
- Боятся показаться скупыми, поэтому склонны к «показушности», игре на публику. Стремятся окружить себя комфортом.
- Предпочитают свободное время проводить вне дома. Посещают корпоративы и светские мероприятия, чтобы соответствовать имиджу публичного человека.
- Как правило, испытывают постоянную нехватку времени, особенно если это касается решения бытовых вопросов. Они предпочитают быстрые решения любых вопросов, длительные размышления при выборе чего-либо могут вызывать у них чувство внутреннего дискомфорта.
- Стремятся вести здоровый образ жизни.
- Большинство предпочитает активный отдых, спорт, увлекаются техникой и путешествиями.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

«ВЛЮБЛЕННЫЕ В КРАСОТУ»



ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ.

«ВЛЮБЛЕННЫЕ В КРАСОТУ»

- Обобщенная характеристика группы: эстеты, придающие особое значение внешнему оформлению и знающие цену комфорта.
- Стараются во всем достичь совершенства. Это люди, желающие не только всегда оставаться безупречными, но и весь мир сделать таким же.
- Предлагаемая им продукция должна быть, в первую очередь, красивой, поскольку все вещи являются для них источником эстетического удовольствия. Для них важна статусность продукции, которую они используют, ее влияние на их социальный статус.
- Самолюбивые, но в то же время зависимы от чужого мнения. Для них очень важно, как смотрится той или иной их поступок в глазах окружающих.
- Эти люди, как правило, имеют доход выше среднего. Любят хорошо выглядеть. Не терпят неопрятности и небрежности. Готовы потратить значительные средства на собственную внешность.



GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ПОРТРЕТ ПОТРЕБИТЕЛЯ. «ВЛЮБЛЕННЫЕ В КРАСОТУ»

- Хороший праздник, с их точки зрения, — праздник, который проведен со всевозможной изысканностью, даже если это просто пикник в лесу. Привязаны к красивым церемониям.
- Считают, что мелочи — это не самое главное, **мелочи — это все.**
- Любят посещать светские мероприятия.
- При выборе товара очень придирчивы. Поверяют малейшую деталь — всё должно полностью соответствовать придуманному ими идеальному образу.
- Гурманы. Предпочитают вкусную и здоровую пищу. Обожают баловать себя различными деликатесами. Особую роль играет красивая сервировка стола — даже если это обыкновенный будничной ужин.
- Ценители и знатоки искусства. Любят путешествовать и останавливаться в дорогих отелях.



GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ГЛАВНЫЕ МОТИВАЦИИ ПРИ ПОКУПКЕ

- Демонстрация своего статуса, желание «позиционировать себя».
- Удобно, снимает массу проблем и хлопот, связанных с организацией праздника
- Добавляет красоту столу, делает его более праздничным.
- Разнообразное оформление - не приедается, всегда можно оформить стол по-новому
- Стилль и тематика оформления продукта могут соответствовать интересам и увлечениям потребителя, тематике планируемого мероприятия;
- Желание удивить. Выбор необычного товара.
- Поиск универсальной посуды, подходящей для любых блюд.
- Покупка экологичной продукции. Приобретение продукции, безопасной для здоровья.
- Снижает требования к составу меню праздника - когда у тебя в руках красивая тарелка, то не так уж и важно, что на этой тарелке.
- Вызывает положительные эмоции при покупке.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА ПРОДАЮЩИЕ МОМЕНТЫ



ДЕ-ФАКТО

1. Хрупкость, неэстетичность, неудобство как неотъемлемые свойства типичной одноразовой посуды для нашей ЦА неприемлемы. Они не хотят с этим мириться и выдвигают высокие требования даже к предметам одноразового использования.
2. Наш потребитель перестал рассматривать одноразовую посуду только как тарелки, стаканчики и скатерти, которые должны быть функциональными. Основная мотивация нашей ЦА при совершении покупки продукции категории «одноразовая посуда» — привлекательный внешний вид товара, его статусность, качество, комфорт в использовании. И они готовы платить за это.
3. Важными критериями при выборе посуды у нашей ЦА становятся яркость, инновационность формы и дизайна, возможность выбора полной коллекции в определенной цветовой и стилистической гамме. И всё это должно сочетаться с прочностью, стойкостью к деформациям, упругостью и термостойкостью.
4. Склонность к экономии у представителей этой ЦА отступает перед желанием выделиться, подчеркнуть свой статус. Они часто не могут устоять перед покупкой чего-то нового и нестандартного, если оно привлекло их внимание.
5. Для большинства представителей этой ЦА продукция категории «одноразовая посуда» является запланированным приобретением. Но выбор ТМ может быть спонтанным, если продукция чем-то «зацепит» потребителя, например дизайном, цветом и т.д. Поэтому для новой ТМ чрезвычайно важно обладать привлекательным для потребителя позиционированием, понятной коммуникацией, яркими и оригинальными элементами айдентики, способными выделить продукт на полке и обратить на себя внимание.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ПРОДАЮЩИЕ МОМЕНТЫ

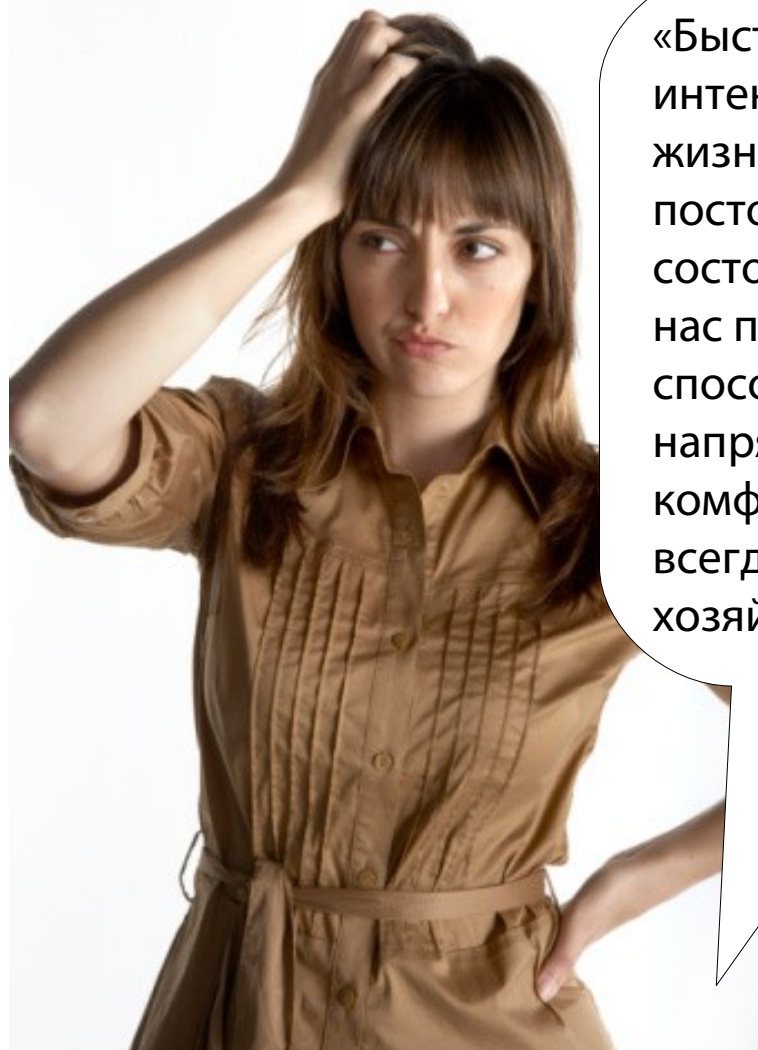
- **Задача продающих моментов** — тех выгод, которые покупатель получает от работы с определенной компанией или от приобретения определенного товара — **продемонстрировать преимущество покупки и одновременно с этим преодолеть внутренние возражения покупателя.**
- Эффективное маркетинговое предложение всегда базируется на продающих моментах. В разных сегментах рынка продающие моменты разные, также различна их приоритетность.
- Продуманный перечень продающих моментов способен существенно облегчить коммуникацию бренда с потребителем и упростить продвижение торговой марки.
 - Продающие моменты доводятся до покупателя методами прямой продажи и маркетинговых коммуникаций.
 - Сегодня уже традиционным стало использование продающих моментов в дизайне упаковки.
- Прежде всего, к продающим моментам можно отнести конкурентные преимущества, то есть все то, что для покупателя является доказуемыми или осязаемыми достоинствами продукта.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ПРОДАЮЩИЕ МОМЕНТЫ



«Быстрый ритм, высокая интенсивность современной жизни приводят к тому, что мы постоянно находимся в состоянии стресса. Для многих из нас праздник — это лучший способ расслабиться, снять напряжение, почувствовать себя комфортнее. Но... праздник — это всегда столько хлопот... И масса хозяйственных забот... »

ИДЕЯ ДЛЯ
ПРОДАЮЩЕГО
МОМЕНТА

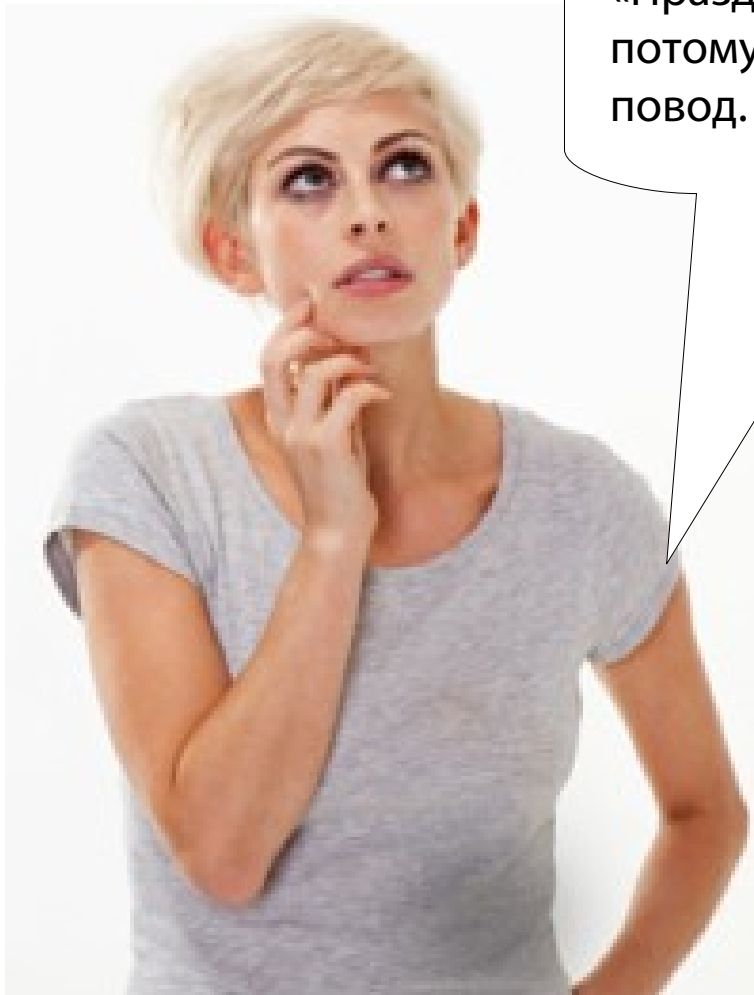
«Праздник — это необязательно хлопоты. С нашей посудой все может быть просто, удобно и легко. И главное — по-настоящему ярко».

GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ПРОДАЮЩИЕ МОМЕНТЫ



«Праздники происходят редко, потому что для праздника нужен повод.»

ИДЕЯ ДЛЯ
ПРОДАЮЩЕГО
МОМЕНТА

«Праздник можно сделать из чего угодно. Праздником может стать любой день, важно, чтобы он вам запомнился. Легкость, хорошее настроение, красивая посуда - что еще нужно для праздника?».

GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ПРОДАЮЩИЕ МОМЕНТЫ

«Праздник — это всегда беспокойство — как все пройдет? Буду ли я, как организатор, на высоте? Что обо мне подумают, какое впечатление составят?»

ИДЕЯ ДЛЯ
ПРОДАЮЩЕГО
МОМЕНТА



«Вы и виновник торжества, и на вас лежит вся ответственность за организацию праздника. Это несправедливо, потому что вы тоже хотите праздника, а не хлопот и беспокойства. Для нас нет ничего ценнее, чем ваше хорошее настроение. Используйте нашу посуду — и все хлопоты и беспокойства уйдут на второй план. Вы всегда будете на высоте!».

GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ПРОДАЮЩИЕ МОМЕНТЫ

««Как скучно и
однообразно мы живем!»»

ИДЕЯ ДЛЯ
ПРОДАЮЩЕГО
МОМЕНТА

«Внутреннее ощущение праздника
обязательно должно быть у человека.
Потому что нельзя жить постоянно на
фоне серых будней.

Состояние внутреннего праздника -
одно из самых главных в жизни. И с
нашей посудой его очень просто
достичь».

GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ПРОДАЮЩИЕ МОМЕНТЫ



«Мои коллеги всегда оценивают меня. Я постоянно должен заботиться о том, как я выгляжу, какое произвожу впечатление».

ИДЕЯ ДЛЯ
ПРОДАЮЩЕГО
МОМЕНТА

«Французы считают, что стиль — это и есть человек. Поэтому вы таковы, каков ваш стиль. Где вы живете, во что вы одеты, какими предметами вы себя окружаете — все это влияет на восприятие вас другими людьми. С нашей посудой Вы будете на высоте в любой ситуации и всегда произведете благоприятное впечатление. Вы будете выглядеть настоящим европейцем».

GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА БАЗИС БРЕНДА



ЧТО ТАКОЕ БРЕНД?

У каждого бренда должны быть определены три типа ценностей: технические, функциональные и эмоциональные. Все они должны находиться в балансе и друг другу соответствовать.

Технические – это физические свойства продукта.

Функциональные (рациональные) - это то, что бренд делает для покупателя.

Эмоциональные - это то, как покупатель чувствует себя при употреблении данного бренда.



Как покупатель чувствует себя в результате потребления

Что бренд делает для покупателя

Физические свойства продукта



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЧЕГО ХОЧЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ?

Исходя из анализа мотиваций потребителей можно очертить следующее семантическое поле бренда.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

СИСТЕМА ИДЕНТИЧНОСТИ

Покупатели должны понять, что вы представляете собой нечто особенное.

Ховард Шульц, компания Starbucks

- Идентичность бренда намечает направление всего его дальнейшего развития. Система идентичности бренда даёт потребителю уникальный набор свойств и ассоциаций, присущий только одному конкретному бренду.
- Именно через идентичность устанавливается связь между брендом и потребителями, а также передаются его основные ценности (**функциональные, эмоциональные выгоды и выгоды самовыражения**).
- Как характер человека влияет на взаимоотношения между людьми, так и идентичность бренда может быть основой для его установления хороших взаимоотношений с потребителями.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

СИСТЕМА ИДЕНТИЧНОСТИ

Идентичность бренда наделяет компанию и производимый ею продукт особенными свойствами и делает его значимее в глазах покупателя.

СИСТЕМА ИДЕНТИЧНОСТИ ПОЗВОЛЯЕТ:

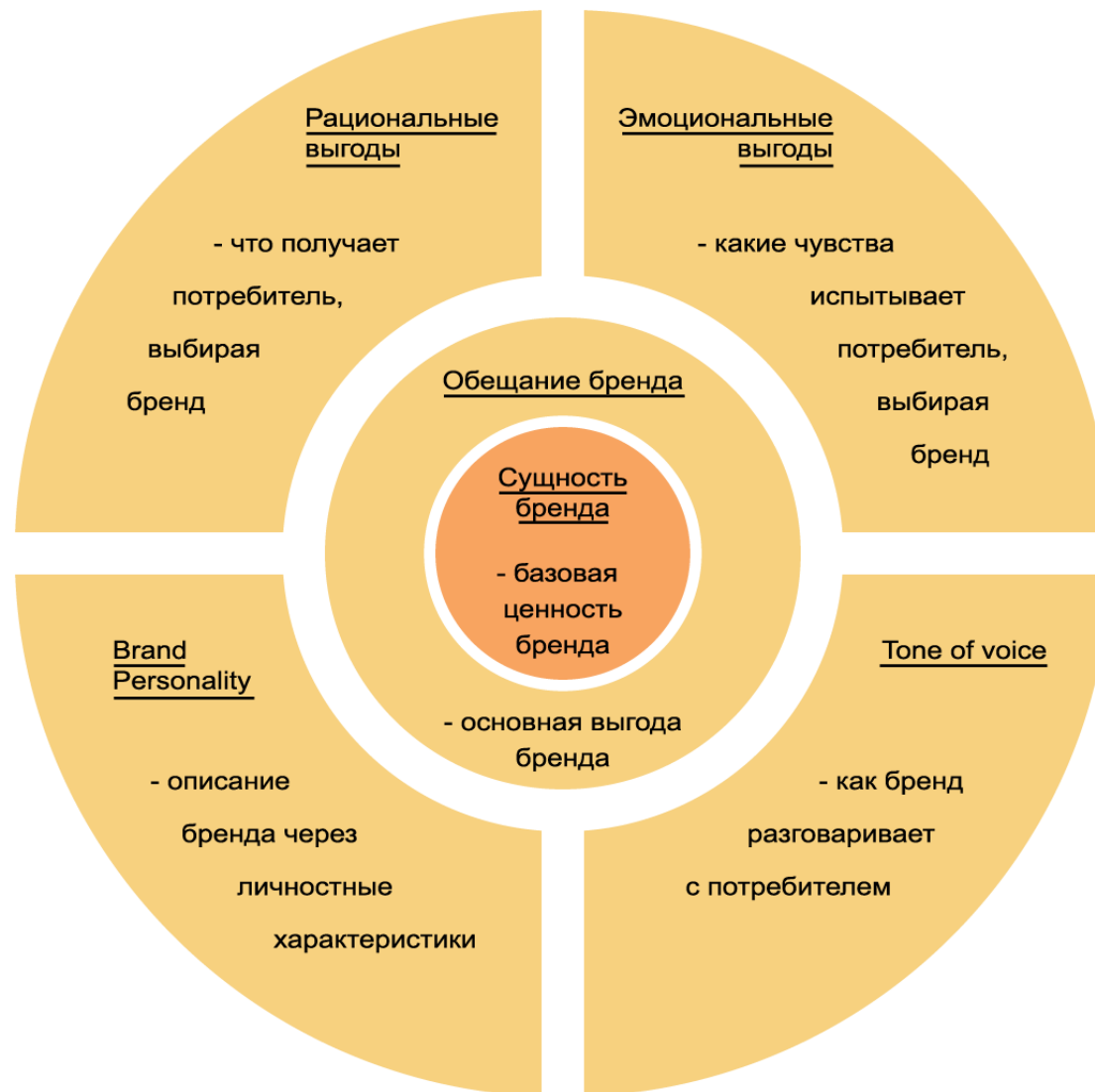
- Выделить бренд.
- Отстроить его от конкурирующих марок.
- Сфокусировать коммуникацию.
- Задать последовательность коммуникации.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

СТРУКТУРА БРЕНДА



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

СУЩНОСТЬ БРЕНДА - ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Посуда ТМ «...» - главная составляющая праздничного антуража, которая позволит Вам произвести благоприятное впечатление и сделать праздник по-настоящему незабываемым.

Посуда ТМ «...» открывает нестандартные возможности в сервировке праздничного стола для Вашего мероприятия. Это лучшая возможность создать праздничное настроение, подчеркнуть свой статус и продемонстрировать свою оригинальность.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

СТРУКТУРА БРЕНДА — ОБЕЩАНИЕ БРЕНДА

Продукция ТМ «...» - это:

- высококачественная одноразовая посуда, которая производится на собственном оборудовании под строгим контролем качества из экологически чистых материалов;
- современная и модная продукция, позволяющая организовать праздник без особых хлопот;
- продукция, позволяющая на высоком уровне сервировать праздничные застолья;
- продукция, выглядящая более эстетично по сравнению с полистироловыми аналогами;
- оригинальный стиль любой сервировочной концепции.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

РАЦИОНАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ БРЕНДА

ЧТО ПОЛУЧАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ, ВЫБИРАЯ БРЕНД?

- Более прочную, чем полистироловая, устойчивую к деформациям посуду.
- Продукция выглядит более эстетично по сравнению с пластиковыми аналогами.
- Подходит для горячих и холодных блюд
- По внешнему виду ближе к настоящей фарфоровой посуде,
- Продукция представлена большим выбором дизайна и расцветок.
- Продукция безопасна и пригодна к использованию для горячих продуктов и спиртных напитков.
- Продукция экологически безопасна, не токсична, в отличие от полистироловой.
- Широкая ассортиментная линейка.



GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЕ ВЫГОДЫ БРЕНДА

КАКИЕ ЧУВСТВА ИСПЫТЫВАЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬ, ВЫБИРАЯ БРЕНД?

- Демонстрация собственного статуса
- Приобщенность к группе.
- Повышение собственной самооценки от «правильного выбора».
- Возможность приобретать действительно качественный товар.
- Покупка продукции способствует получению исключительно положительных эмоций – удовольствия, радости.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ХАРАКТЕР БРЕНДА

- Современный
- Активный
- Новатор
- Модный
- Уверенный
- Развивающийся



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ БРЕНДА

- Ответственный
- Заботливый
- Надежный
- Разнообразный
- Доставляющий удовольствие
- Европейский
- Уникальный



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ИДЕНТИЧНОСТЬ БРЕНДА

СУТЬ БРЕНДА

Посуда ТМ «...» - главная составляющая праздничного антуража, которая позволит Вам произвести благоприятное впечатление и сделать праздник по-настоящему незабываемым. Посуда ТМ «...» открывает нестандартные возможности в сервировке праздничного стола для Вашего мероприятия. Это лучшая возможность создать праздничное настроение, подчеркнуть свой статус и продемонстрировать свою оригинальность.

СТЕРЖНЕВАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ:

Свойства продукта: высококачественный, оригинальный, праздничный, безопасный для здоровья, имиджевый.

Цена/качество: качество продукта соответствует его стоимости.

РАСШИРЕННАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ

Границы товара: национальный бренд с перспективой выхода на международные рынки.

Символы бренда: разрабатываются согласно brand story

Индивидуальность бренда: посуда, которая дает возможность составления единой сервировочной концепции.

Потребитель: ТМ «...» направлена на потребителей, выбирающих для себя современные и нестандартные решения, которые стремятся подчеркнуть свой имидж и желают приоретать только высококачественную продукцию, ничем не уступающую той, что предлагают европейские бренды.

Предложение ценности:

Функциональные выгоды: экологичность, высокое качество, .

Эмоциональные выгоды: удовольствие от покупки модного, современного бренда, спокойствие за своё здоровье, уверенность в высоком качестве.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОДНОРАЗОВАЯ
ПОСУДА
ЛЕГЕНДА БРЕНДА



ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Легенда бренда (история бренда, или brand story) – это история, которая рассказывает о его предназначении и ценностях, раскрывает уникальные черты и преимущества торговой марки. Именно легенда служит базисом для всех рекламных коммуникаций торговой марки, разработки рекламных концепций.

Легенда передает характер бренда.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



Не бывает событий значительных и незначительных, бывают события запоминающиеся и не запоминающиеся. И главное — бывают события, которые приносят вам удовольствие и те, что проходят и не оставляют следа.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год



Хотите, чтобы любое, пусть и спонтанное, застолье стало таким запоминающимся событием? Цветная одноразовая посуда ТМ «...» поможет вам превратить в праздник даже самый будничней день!



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год



Яркие незаурядные люди должны жить насыщенной разнообразной жизнью. И первый шаг на пути к этому — умение создавать у себя и окружающих особенное эмоциональное состояние. Ведь праздник — это, прежде всего, настроение. А с посудой ТМ «...» настроение не бывает плохим — один лишь вид разноцветных, красиво выполненных столовых приборов заставит вас улыбнуться.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год



Одноразовая посуда ТМ «...» станет идеальным выбором при организации фуршета в офисе или дружеского ужина во время пикника. Стильная сервировка украсит собою любое мероприятие! К тому же, в такой посуде самое скромное блюдо покажется более вкусным, чем оно есть на самом деле. Посуда ТМ «...» сделает праздник еще ярче, и он наверняка понравится всем гостям.

GBS

КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год



ТМ «...» подарит вам дополнительные идеи для красочного оформления вечера. А вы, как организатор оригинального праздника, заслужите репутацию человека стильного, неординарного и яркого, способного нестандартно мыслить и находить интересные решения. Посуда «...» обязательно подчеркнет ваш статус и поможет ощутить себя настоящим европейцем.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год



Одноразовая посуда ТМ «...» отличается хорошей вместимостью, компактностью и легкостью и подходит как для холодных, так и для горячих блюд и напитков. К важным преимуществам относятся также ее высокое качество и безопасность для здоровья, поскольку она изготовлена из бумаги и полипропилена - материалов, признанных во всем мире экологически чистыми.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год



Ассортимент ТМ «...» достаточно широк: стаканы, тарелки, вилки, ложки, ножи, скатерти, трубочки, зонтики, шпажки, салфетки, рюмки и бокалы. Вы найдете всё необходимое для организации любой встречи, застолья или вечеринки. Более того, вы сможете оформить праздник в желаемом стиле, когда каждый элемент сервировки выполнен в одинаковой цветовой гамме.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год



С одноразовой посудой ТМ «...» праздничное настроение обеспечено!
ТМ «...». Выбор яркого человека.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЛЕГЕНДА БРЕНДА

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ОДНОРАЗОВАЯ ПОСУДА

РАЗРАБОТКА ИМЕНИ



РАЗРАБОТКА ИМЕНИ

Имя бренда – один из главных параметров его узнаваемости.

Имя – это первое, что запоминает потребитель, впервые столкнувшись с брендом. Это тот идентификатор, с которого начинается формирование восприятия бренда целевой аудиторией.

Имя бренда должно не только нравиться его владельцу. Оно должно правильно отражать суть и концепцию бренда, его преимущества, ценности, характер и предназначение.

Источников для имен брендов имеется всего два:

- слова актуальной лексики конкретного языка.
- неологизмы — искусственно созданные слова.
(они могут быть образованы сложением слов, «отрезанием» его частей, использованием аббревиатур, заимствованием слов из иностранных языков и т.д.).



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

КРИТЕРИИ ОТБОРА ИМЕНИ

Имя-лидер в обязательном порядке должно пройти отбор по языковым критериям — лингвистическим и содержательным.

Идеальное имя по всем критериям должно трактоваться положительно:

Фонетический критерий

Психолингвистический критерий (ассоциации)

Лексикографический критерий (количество звуков)

Лексический критерий (значение слова)

Семантический критерий (особенности значения, присущие конкретному слову)

Ассоциативный критерий

Юридический критерий

Семантическое поле — это совокупность слов, объединяемых смысловыми связями по сходным признакам их лексических значений.

Имя нового бренда должно обязательно попадать в характерное для него семантическое поле.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

СЕМАНТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ БРЕНДА



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

MARVEL



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Marvel

Значение имени: произносится «марвэл». В переводе с английского языка означает «чудо». Является синонимом слова «wonder».

Название легко и однозначно читается. Быстро произносится, хорошо запоминается.

Пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «положительные эмоции», «европейское качество».

Идея имени: торговая марка, продукция которой является настоящим чудом, отличающаяся разнообразием цветовой гаммы, форм и размеров. Позволяет создать свой собственный и неповторимый стиль, и выгодно подчеркнуть имидж виновника торжества. Добавляет значимость событию.

Ожидаемое восприятие ЦА: качественная одноразовая посуда, имеющая привлекательный внешний вид: разнообразие цветов, наличие всевозможных рисунков. Чудесная посуда, в которой отсутствуют разного рода деформации. Обладает прочностью, стойкостью и уникальными свойствами для применения холодных и горячих блюд, а также напитков. Атрибут праздника, возможность для потребителя выделиться и блеснуть фантазией и оригинальностью, подчеркнув свою индивидуальность.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Jam Session



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Jam Session

Значение имени: произносится «джем сэйшн». В переводе с английского языка означает мероприятие, на котором собираются музыканты и импровизируют на разные музыкальные темы, превращая событие в яркий незабываемый праздник. Часто употребляется в бытовой речи для обозначения всевозможных встреч с массой положительных эмоций.

Название легко читается. Обладает высокой степенью запоминаемости. Пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «репутация», «стильность», «положительные эмоции», «европейское качество».

Идея имени: торговая марка одноразовой посуды, которая дает уникальную возможность для импровизаций на заданную тематику праздника.

ТМ Jam Session с лёгкостью создает праздничное настроение и открывает нестандартные возможности в сервировке Вашего стола, будь то стильная офисная вечеринка, фуршет или пикник.

Ожидаемое восприятие ЦА: европейская торговая марка, отличающаяся яркими и стильными решениями. Обладает индивидуальностью и выраженным собственным стилем. Подчеркивает вкус потребителя. Посуда как один из главных элементов праздничного антуража, выполненная в оригинальной форме и цвете. Это лучший способ порадовать глаз посетителей, доставить удовольствие и создать незабываемую праздничную атмосферу всеобщего веселья.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

GAUDI



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Gaudi

Значение имени: произносится «гауди». В переводе с итальянского языка означает «наслаждение, весёлость». Название вызывает ассоциацию с именем известного испанского архитектора Антонио Гауди, прославившегося в архитектуре причудливыми фантастическими формами. Название легко читается, быстро запоминается. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «стильность», «репутация», «широкая цветовая гамма», «положительные эмоции», «европейское качество».

Идея имени: торговая марка, главной особенностью которой являются яркость, инновационность формы и дизайна. ТМ Gaudi даёт возможность выбора полной коллекции оригинальной одноразовой посуды в необходимой цветовой и стилистической гамме.

Ожидаемое восприятие ЦА: одноразовая посуда премиум класса, выполненная с использованием современных европейских технологий. Широкий ассортимент, включающий классическую и изящную формы посуды. Идеально подходит для использования в сервировке фуршетов, пикников, корпоративных вечеринок и всевозможных выездных мероприятий. Подчеркивает значимость события.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

PORTENTO



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Portento

Значение имени: произносится «портэнто». В переводе с итальянского языка означает «чудо, необыкновенное событие». Название легко и однозначно читается. Быстро запоминается.

Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «репутация», «европейское качество», «широкая цветовая гамма».

Идея имени: одноразовая посуда, внешний вид которой способен быстро поднять настроение и создать атмосферу настоящего чудо-праздника, избавляя от ненужных хлопот и проблем.

ТМ Portento – красочная продукция, которая пользуется большим спросом у взрослых покупателей, особенно, при проведении праздников для детей, которые всегда ждут чудес (яркие дизайны, необычные атрибуты).

Ожидаемое восприятие ЦА: создание настоящей праздничной обстановки для детей, яркий антураж праздничного застолья, поддержание имиджа родителей, современность дизайна, модность, креативность, беззаботность, высокое качество продукции.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

GOODWILL



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Goodwill

Значение имени: произносится «гудвил». В переводе с английского языка означает «доброжелательность». Также в английском и французском языках имеет значение «престиж фирмы». Название обладает звонким произношением. Легко и быстро читается. Имеет ассоциации с известным всем словом good. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «положительные эмоции», «репутация», «европейское качество».

Идея имени: широкий ассортимент качественной одноразовой посуды, предоставляющий потребителю возможность со вкусом и особым изяществом украсить праздничный стол, тем самым произвести благоприятное впечатление и подчеркнуть имидж фирмы или компании.

Ожидаемое восприятие ЦА: торговая марка, продукция которой создает неповторимый антураж и праздничную атмосферу и способствует тому, чтобы праздник прошёл на высоте. Яркие стильные предметы праздничного стола. Достоянная посуда для изысканных блюд. Стильные атрибуты стола, как важнейшая составляющая имиджа компании.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

PREGO



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Prego

Значение имени: произносится «прэго». В переводе с итальянского языка означает «пожалуйста». Слово часто употребляется в словосочетании «La Prego» - «ПРОШУ ВАС!».

«Пожалуйста» - вежливая форма обращения для выражения просьбы или согласия. Исторически образовано от слова «жаловать», близкого по смыслу словам «дарить, облагодетельствовать». Название легко и однозначно читается. Несет в себе положительную смысловую нагрузку.

Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «положительные эмоции», «репутация», «европейское качество».

Идея имени: ТМ Prego – один из главных атрибутов праздничных событий, как главный и яркий аккорд сервировки, после которого можно смело и уверенно приглашать гостей к столу – **LA PREGO!**

Ожидаемое восприятие ЦА: европейский производитель. Культурное времяпрепровождения. Одноразовая посуда, качество и эстетический вид, которой задают тон незабываемой атмосферы веселья и сюрпризов. Полное удовлетворение праздником, как хозяев, так и гостей. Поддержка собственной репутации.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Vida Vivo



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Vida Vivo

Значение имени: произносится «вида виво». В переводе с испанского языка означает: «vida» - жизнь; «vivo» - яркая.

Название однозначно читается, легко произносится, быстро запоминается. Хорошо пересекается со всеми векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «репутация», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: одноразовая посуда европейского производителя, цветовая гамма которой позволяет потребителю со вкусом и особым изяществом украсить стол, создав атмосферу настоящего незабываемого ЯРКОГО ПРАЗДНИКА ЖИЗНИ.

Ожидаемое восприятие ЦА: «видный праздник». Жизнь, насыщенная яркими событиями. Качественная продукция, которая не подведет в ответственный момент и не омрачит праздничного настроения. Широкие возможности посуды оригинальных расцветок и форм. Яркий антураж стола. Лучшая поддержка собственного имиджа для человека, у которого ЖИЗНЬ УДАЛАСЬ!



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Decoroso



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Decoroso

Значение имени: произносится «дэкоросо». В переводе с итальянского и испанского языков означает «приличный, достойный уважения». Название вызывает ассоциацию со словами «декор» - украшение, наряд.

Легко и однозначно читается, быстро запоминается.

Хорошо пересекается со всеми векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «репутация», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: праздничная одноразовая посуда, которая сама по себе является идеальным украшением, придавая великолепию праздничному столу и вызывая восторг гостей.

TM Decoroso – достойный предмет гордости виновника торжества.

Ожидаемое восприятие ЦА: европейский производитель. Отменное качество. Возможность украсить стол, выдержав единый стиль в заданной тематике мероприятия. Посуда, качество и внешний вид которой, отменно зарекомендовал себя на важных торжественных мероприятиях, подчеркнув статус организаторов события.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Atto



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Atto

Значение имени: произносится «атто». Итальянское слово, означающее «действие, поступок». Название отличается идеальным графическим исполнением. Короткое, легко запоминающееся слово. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «положительные эмоции», «репутация», «европейское качество».

Идея имени: отдавая предпочтение более дорогой посуде **TM Atto**, потребитель заведомо делает правильный поступок, так как уверен в качестве продукции и в возможности широкого выбора цветовой гаммы.

Ожидаемое восприятие ЦА: европейский производитель. Уважительное отношение к гостям праздника. Забавные позитивные фразы:

- Какая красивая посуда !
- А то!

Посуда, как предмет гордости хозяина, поддерживающая его имидж.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Brezo



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Brezo

Значение имени: произносится «брэзо». Испанское слово означающее «вереск» - вечнозеленый цветок с зимующими листьями. Короткое звучное название. Легко и однозначно читается. Обладает стильным графическим потенциалом исполнения. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «положительные эмоции», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: стильная качественная посуда европейского производителя, которая является идеальным предметом сервировки праздничного стола в любое время года.

Ожидаемое восприятие ЦА: красочная цветовая гамма. Оригинальный дизайн. Возможность выбора ассортимента, в зависимости от места события мероприятия. Создание атмосферы веселья и отдыха. Возможность придать событию индивидуальный и неповторимый стиль. Экологически безопасная продукция.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Bigarré



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Bigarré

Значение имени: произносится «бигаррэ». В переводе с французского языка означает «пёстрый». Название обладает ярко выраженной французской фонетикой. Наличие апострофа задаёт графическую стильность. Название хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: «веселая», красочная, с изображением сказочных персонажей посуда, способная создать хорошее настроение не только родителям, но и порадовать детей, превратив прием пищи в увлекательный процесс. Посуда, оригинальный дизайн и формы которой, могут, как подчеркнуть значимость мероприятия, так и создать теплую и уютную атмосферу.

Ожидаемое восприятие ЦА: посуда на все случаи жизни, способная охватить широкий и пёстрый мир праздников.

Разноцветные детали сервировки, усиливающие ощущение праздника и радости. Богатая цветовая гамма, позволяющая использование посуды и аксессуаров в точном соответствии с выбранной тематикой мероприятия.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

RISPETTA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Rispetta

Значение имени: произносится «риспэ́тта». В переводе с итальянского языка означает «уважать, почитать». Созвучно с часто употребляемым словом «респект, респектабельный». Обладает ярко выраженной итальянской фонетикой, что хорошо для марки, поскольку итальянцы традиционно считаются авторитетами, законодателями в стиле моды, ценителями прекрасного. Название легко читается. Обладает хорошей запоминаемостью.

Наличие удвоенных букв «**t**» дает возможность для оригинального графического решения логотипа. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «стильность», «репутация», «европейское качество».

Идея имени: европейский бренд, качественная продукция которого способна подчеркнуть статус компании или организатора праздника, давая при этом полную свободу для самовыражения. **ТМ Rispetta** – лучший способ проявления уважения и почитания гостей праздничного мероприятия.

Ожидаемое восприятие ЦА: европейская торговая марка, достойное украшение любого торжества. Отличается не только привлекательным внешним видом, но и своими техническими характеристиками: хорошая термостойкость, упругость, прочность; возможность применения и для холодных и для горячих блюд и напитков.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Branché



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Branché

Значение имени: произносится «бранши». В переводе с французского языка означает «модный, следящий за модой». Название обладает ярко выраженной французской фонетикой, за счет использования надстрочного значка accent aigu, что косвенно придаёт продукции дополнительную изысканность, премиальность и статусность. Это подсознательно ориентирует потребителя на приобретение продукции европейского производителя.

Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «стильность», «положительные эмоции», «репутация», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: ТМ Branché – большой выбор трендовых креативных коллекций одноразовой посуды и оригинальных предметов декорирования стола.

Ожидаемое восприятие ЦА: европейская торговая марка, отличающаяся яркими и стильными цветовыми решениями. Дает возможность потребителю выразить свою индивидуальность и собственный стиль. Идеально подходит для сервировки корпоративных тематических праздников, фуршетных столов и всевозможных выездных мероприятий.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

WEEKENDOR



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Weekendor

Значение имени: произносится «викендор». Слово-неологизм. Образовано от английского **weekender** – тот, кто проводит выходные и праздники вне дома. Звучное имя. Обладает «солидностью», статусностью (ср. Виндзор, ambassador). Напоминает мужское имя или английскую фамилию. Название легко читается, быстро запоминается. Имеет общий корень со словом **weekend** – выходной, еженедельные выходные, что является хорошим напоминанием для потребителя, о предстоящих праздниках и выходных днях. Хорошо пересекается со всеми векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «репутация», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: одноразовая посуда и предметы декорирования стола, которые вне зависимости от тематики и размаха события, идеально подходят как для офисных мероприятий, так и для пикников на природе вдали от дома.

Ожидаемое восприятие ЦА: посуда, без которой не обходится ни одно выездное мероприятие и праздник. Предметы декорирования стола, способные создать соответствующую атмосферу и настроение выходного дня. Удобство, компактность, легкость, надежность, практичность, которая особенно важна при выездных мероприятиях.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

FUN-FUN



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Fun-Fun

Значение имени: произносится «фан – фан». Название образовано от английского слова «fun» - веселье. Двойной повтор усиливает смысловую нагрузку, задает ритмичность произношения и способствует быстрой запоминаемости. Название обладает потенциалом графического исполнения. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: продукция европейской торговой марки, качество и дизайн которой, идеально подходят как для значимых событий, так и для активных мероприятий с конкурсами, викторинами, создавая единое ощущение радости и беззаботности.

Ожидаемое восприятие ЦА: легкость в создании праздничного настроения и общего веселья, независимо от места проведения. Всеобщая радость детской аудитории, решение всех проблем для взрослых. Богатое разнообразие по форме, цвету, количеству качественной функциональной одноразовой посуды с сопутствующими «веселыми» и «забавными» предметами сервировки стола.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

CAMPANELLO



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Campanello

Значение имени: произносится «кампанэло». В переводе с итальянского языка означает «колокольчик – цветок». Название обладает ярко выраженной итальянской фонетикой. Ассоциативно созвучно с русским словом «компания, компанейский, компактный». Легко запоминается.

Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: легкая, изящная, компактная одноразовая посуда изысканных форм и многообразия цветовой гаммы, которая подходит для сервировки и декорирования праздничного стола для любой компании.

Ожидаемое восприятие ЦА: европейский производитель. Большие застолья, весёлые шумные компании. Достойное обрамление праздничного стола в крупных компаниях и фирмах в период проведения корпоративных вечеринок, фуршетов, пикников. Креативные постоянные новинки, смелые расцветки, неожиданные формы, разнообразность размеров, практичность и экологичность продукции.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

GLORY



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

Подготовлено © Компанией Решений для Брендов GBS, 2011 год

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Glory

Значение имени: произносится «г^лори». В переводе с английского языка означает «слава, великолепие, триумф, красота, восторг, предмет гордости». Короткое звучное имя. Легко читается, быстро запоминается. Хорошо пересекается со всеми векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «репутация», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: праздничная одноразовая посуда, которая сама по себе является идеальным украшением, придавая великолепие праздничному столу и вызывая восторг гостей. **TM Glory** – предмет гордости виновника торжества.

Ожидаемое восприятие ЦА: европейский производитель. Отменное качество. Возможность накрыть стол, выдержав единый стиль в заданной тематике мероприятия. Атмосфера веселья, которая запомнится надолго.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

BENFATTO



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Benfatto

Значение имени: произносится «бенфатто». В переводе с итальянского языка означает «хорошо сложенный, изящный». Слово имеет мягкое звучание с выраженной итальянской фонетикой. Легко и однозначно читается. Быстро запоминается. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «репутация», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: европейская торговая марка, пользующаяся большим спросом у потребителя, благодаря не только изящным формам и широкой цветовой гамме, а и высокому качеству изготовления: сохраняет температуру и стойкость свойств, при соприкосновении с горячими напитками и едой. Не теряет при этом формы.

Ожидаемое восприятие ЦА: компактная посуда, обладающая достаточной вместимостью, компактна и легка по весу. Имеет весьма привлекательный внешний вид. Обладает необходимой прочностью, упругостью и стойкостью к деформациям.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

BARIOLÉ



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

BARIOLE

Значение имени: произносится «барие́ле». Предполагаем, что покупатель будет произносить «барие́ле». Французское слово, означающее «разноцветный, пёстрый, ярко окрашенный». Обладает звонким и одновременно мягким звучанием. Название имеет ярко выраженную французскую фонетику. Неоднозначность прочтения потребителем, усиливает восприятие товара, как продукции европейского производителя. Имеет сильный потенциал в графическом исполнении. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: ТМ BARIOLE — это богатый выбор цветовой палитры и нестандартные дизайнерские концепции одноразовой посуды, позволяющие превратить сервировку стола в законченную и стильную композицию.

Ожидаемое восприятие ЦА: европейский производитель. Франция. Стильность и шарм аксессуаров: салфетки, соломки и т.п.. Утонченный вкус потребителя. Красочная цветовая гамма, создающая праздничное настроение.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

LUCKY TIME



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Lucky Time

Значение имени: произносится «лаки тайм». В переводе с английского языка означает «удачное время». Имя звучное, легко читается и быстро запоминается. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «веселье», «положительные эмоции», «отдых», «везение».

Идея имени: яркая одноразовая посуда, которая поможет создать у гостей праздничное настроение. ТМ Lucky Time – хорошее настроение и веселый праздник Вам обеспечены.

Ожидаемое восприятие ЦА: качественная одноразовая посуда европейского уровня. Возможность выдержать единый стиль сервировки праздничного стола. Атмосфера легкости и веселья.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

EMOTION



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Emotion

Значение имени: произносится «эмоушн». В переводе с английского языка означает «эмоция». Имя емкое, легко читается и обладает позитивным зарядом. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «стиль», «положительные эмоции», «яркость», «европейское качество».

Идея имени: яркие и выразительные столовые приборы — лучший способ вызвать положительные эмоции у окружающих и задать празднику веселый тон.

Ожидаемое восприятие ЦА: веселое настроение и позитивные эмоции. Одноразовая посуда высокого качества, которая привлекает всеобщее внимание.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

BURLESK



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

Burlesk

Значение имени: произносится «бурлеск». Образовано от итальянского слова «**burlesca**», от "**burla**" — шутка, забава. Означает разновидность развлекательного театрального шоу. Название легко и однозначно читается. Обладает позитивным зарядом. Хорошо пересекается с векторами семантического поля: «праздник», «стильность», «положительные эмоции», «широкая цветовая гамма», «европейское качество».

Идея имени: яркие, выразительные, красочные атрибуты праздничного стола, как лучший способ украшения места действия события - от большого холла до загородного пикника.

Ожидаемое восприятие ЦА: бурлящее всеобщее веселье. Праздничное настроение. Одноразовая посуда, которая приковывает взгляды и вызывает неподдельный интерес гостей.



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
для БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ВАРИАНТЫ ИМЕН

MARVEL
JAM SESSION
GAUDI
PORTENTO
GOODWILL
BIGARRÉ
RISPETTA
BRANCHÉ
VIDA VIVO
FUN-FUN
DECOROSO

CAMPANELLO
BENFATTO
EMOTION
LUCKY TIME
BARIOLÉ
BURLESK
GLORY
PREGO
ATTO
BREZO
WEEKENDOR



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

ЧТО ТАКОЕ БРЕНД?



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA



КОМПАНИЯ РЕШЕНИЙ
ДЛЯ БРЕНДОВ

WWW.GBS.COM.UA

БЛАГОДАРИМ ЗА ВНИМАНИЕ!

Украина, 49044,
г. Днепропетровск
ул. Артема, 17А

моб. Офис: +380 (67) 632 49 20
тел./факс: +380 (562) 39 85 75
(многоканальный)
+380 (562) 32 39 97

