INTELLIGENT
BRAND
DEVELOPMENT

CORUNA BRANDING

ПРЕДЛОЖЕНИЕ. НЕЙМИНГ

CORUNA.RU
OFFICE@CORUNA.RU

CORUNA BRANDING

МЫ ПОМОГАЕМ НАЙТИ УНИКАЛЬНОСТЬ, ВЫСТРОИТЬ СТРАТЕГИЮ И ОБРЕСТИ ВЕРБАЛЬНЫЙ И ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ ПРОДУКТА, УСЛУГИ ИЛИ КОМПАНИИ.

CORUNA BRANDING — единственная компания на российском рынке, которая прошла все этапы становления брендинговой отрасли в России: от зарождения и адаптации западных методик до поиска собственного пути развития и полного самоопределения. 30 летний опыт позволил нам создать уникальные технологии, которые базируются на глубоком аналитическом подходе, дизайнерском мышлении и креативных решениях.

30
ЛЕТ НА РЫНКЕ

800
КЛИЕНТОВ

3800
ПРОЕКТОВ

АБКР

1991–1995

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ КОМПАНИИ АДАПТИРУЮТ ПРОДУКТЫ ДЛЯ РФ

1996–2000

ПЕРВЫЕ МАРКИ РОССИЙСКИХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

2001–2003

ПЕРВЫЕ ПРОЕКТЫ ПО РЕБРЕНДИНГУ

2004–2007

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

1991

Создание дизайн-бюро Coruna.

1993

Coruna — партнёр мультинациональных производителей Procter & Gamble, SCI Johnson's, Gilette по адаптации и разработке упаковки и рекламы.

1994

CORUNA издаёт одну из первых в России книг Филлипа Котлера.

1995

Начинается долгая дружба с петербургской компанией Невская Косметика. Портфель брендов 14 марок.

1997

После совместного проекта с компанией TetraPack Coruna становится родоначальницей современных тенденций в области создания упаковки, актуальной для российского рынка.

1998

После кризиса в России начинается рост промышленности, развивается потребительский рынок.

2002

Начинается сотрудничество с Олегом Тиньковым. Портфель брендов 8 марок.

2005

Создание стратегического отдела. С этого момента компания развивается в трёх направлениях: стретегия, идеи, дизайн.

2007

Мы вступаем в EPDA — Европейская ассоциация дизайна упаковки.

2008–2012
ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

2012–2014
ВРЕМЯ НОВЫХ ИДЕЙ

2014–2017
ИННОВАЦИИ

2010

По приглашению наших коллег мы становимся пятой компанией в Ассоциации Брендинговых Компаний России.

2011

Coruna создает отдел Motion Design, расширяя границы аудио-визуальных брендинговых систем.

2012

Ребрендинг Банка SIAB входит в 100 лучших мировых проектов по версии Rebrand 100.

2014

Меняется восприятие. Усложняются технологии. Бренды рассказывают истории. Они становятся ближе к людям, стирая границы между маркой и образом жизни.

2017

Открыт департамент инноваций. Разработаны новые бренд-технологии. Создана Coruna Branding School.

2019

4 основных подразделения Coruna приобретают статус самостоятельных бизнес-единиц.

2020

Для повышения доверия и интереса аудитории, сеть гипермаркетов «Лента» совместно с Coruna Branding разработала 5 суббрендов одноименной торговой марки.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЛИДЕРЫ

РОССИЙСКИЕ ЛИДЕРЫ

FORTUNE 500 & Forbes

СОЗДАНИЕ

CORUNA BRANDING

coruna.ru

- Концепция (платформа) бренда
- Система вербальной и визуальной идентификации

KIMA BY CORUNA BRANDING

kimabycoruna.ru

- Дизайн ТМ для ритейла
- Дизайн полиграфии
- Wed-дизайн

УПРАВЛЕНИЕ

CORUNA CONSULTING

corunaconsulting

- Повышение эффективности управления брендом
- Реновация (обновление) брендов
- Стратегия портфеля брендов/направлений или экосистемы бизнеса в целом
- Капитализация бизнеса в части нематериальных активов (в том числе защита и оценка)

CORUNA BRANDING SCHOOL

- Семинары и практические занятия по разработке и управлению брендом
- Изучение авторских методик и практические занятия по их использованию

БРЕНД-КОНСАЛТИНГ

Консультирование по актуальным вопросам брендинга, комплекса маркетинга, развития компании. Реализуется в формате семинаров, мастер-классов, совместных стратегических сессий, индивидуальных консультаций.

АНАЛИТИКА

1

ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИТИКА

Получение ключевой информации об интересующем рынке в целом, о конкретной компании и бренде/брендах, для которых реализуется проект.

Анализ собранной информации и построение системы рекомендаций для последующей разработки стратегии бренда. Вся полученная в ходе проведенных исследований информация критически оценивается, сопоставляется и структурируется. Сделанные выводы ложатся в основу дальнейших разработок.

СТРАТЕГИЯ

2

СТРАТЕГИЯ

Формирование стратегии развития корпоративного бренда компании, портфеля ее брендов в целом и/или отдельных брендов в портфеле.

На этапе разработки стратегии определяется ключевая идея бренда, а также выстраивается система коммуникаций, транслирующих данную идею во внешнюю среду.

3

РАЗРАБОТКА

Разработка системы идентификации бренда и коммуникационных материалов.

Система идентификации включает в себя носители вербальной (название, слоган) и визуальной (логотип, знак, фирменный стиль, упаковка) идентификации. Также проводится разработка комплекса рекламных материалов.

ВНЕДРЕНИЕ

4

ВНЕДРЕНИЕ

Внедрение разработанных стратегией элементов идентификации в деятельность компании. Проработка системы управления развитием бренда внутри компании, показателей оценки эффективности работы с брендами и системы внутренних коммуникаций.

5

СОПРОВОЖДЕНИЕ

Поддержка бренда в течение первого года «жизни». На данном этапе производится регулярный мониторинг ключевых показателей развития бренда, а также осуществляется консультирование по возникающим вопросам управления брендом и реализации брендинговой стратегии.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ
НЕЙМИНГ

В ЧЕМ ЦЕННОСТЬ НЕЙМИНГА ?

1. В рамках нейминга проводится вербальный аудит, на основании которого выявляются перспективные коридоры для разработки имени. Это позволяет создать уникальный нейм, который будет выделять компанию на фоне конкурентов и соответствовать трендам нейминга в отрасли.

2. Удачный нейминг обеспечивает эффективность маркетинговой стратегии, позволяя в емкой форме подчеркнуть преимущественные характеристики бренда, отразить его характер, ценности и позиционирование. Таким образом, название доносит основополагающую мысль бренда до целевой аудитории, создавая эмоциональную связь с потребителями.

3. Хороший название бренда подкрепляет позитивный имидж компании. С течением времени такое имя начинает работать само на себя, добавляя ценности бизнесу и привлекательности в глазах клиентов.

4. Мало создать благозвучное и конкурентоспособное имя, полное смыслов — важно обеспечить его охраноспособность. Профессиональный нейминг включает в себя поиск такого имени, которое, помимо отражения ключевой сути бренда, будет соответствовать всем требованиям Роспатента и не столкнется с отказом в регистрации товарного знака. Чтобы минимизировать риски, проводятся экспресс-проверки по базе зарегистрированных и поданных на регистрацию торговых марок.

1

ВЕРБАЛЬНЫЙ АУДИТ

- Проведение вербального аудита на предмет трендов отрасли и поиск коридоров, позволяющих отрориться от конкурентов.

2

РАЗРАБОТКА

- Определение критериев успешности названия на основе идеи и стержневых свойств бренда;
- Разработка неймов на основе проведенной аналитики;
- Первичная проверка на уникальность по открытым базам.

3

СОГЛАСОВАНИЕ

- Подача 3-х вариантов, прошедших экспресс проверку с предварительной визуализацией, а также презентация лонг листа из 5-7 названий.

4

ПРОВЕРКИ У ПАТЕНТНЫХ ПОВЕРЕННЫХ

- Проведение ведомственной проверки на патентную чистоту по международным базам и базам ФИПС;
- Выбор названия бренда и приобретение клиентом прав собственности.

СОСТАВ РАБОТ	ВАРИАТИВНОСТЬ	СТОИМОСТЬ (ТЫС. РУБ.)	СРОКИ (РАБ. ДНИ)
РАЗРАБОТКА НЕЙМИНГА (ДО 3-Х КЛАССОВ МКТУ) ДЛЯ РЕГИСТРАЦИИ В РФ * • Разработка названия. Презентация в формате PDF. Подается 3 названия. • Экспресс-проверка на возможность регистрации.	3 названия		
ИТОГО		**450 000 РУБ.**	**25 ДНЕЙ**

*Стоимость ориентировочная, может быть скорректирована при более детальном обсуждении проекта, также не включает разработку и создание дополнительной базы фото- и иллюстрационного материала, а также приобретение шрифтовых гарнитур.

ПОРТФОЛИО

МЫ РАЗРАБОТАЛИ НЕЙМИНГ ДЛЯ БРЕНДОВ:

аланталь
делиться с любовью

Fun Clean

Тинькофф
Кредитные Системы

Ушастый Нянь

FOR GENIKA

Добрый сок

ОХОТНО
АГРОХОЛДИНГ

Ястро

МИЛНОРТ
группа компаний

Чудославские

WELLERY

Mac Guffin

evo eva
cosmetics & more

ЭТО У НАС СЕМЕЙНОЕ

Streloy

Palmia
Эволюция совершенства

С чистого листа

NEWTON

SIMETRA

AMPRIO
alliance

1721
INTÉRIEUR

agapium
FACT: YOU ATTRACT

БЛИЦГАРД
всегда на вашей стороне

лента
Life

galato
catering

TUNNER

Айс Фор
Попробуй почувствуй

дважды
просто как есть

Scavery
Development. Management

ежедневно
ежевита

AGAPIUM

AGAPITOVA
(фамилия)

PREMIUM
(сегмент)

OPIUM
(налет таинственности, смелость, такая женщина как наркотик, затягивает и манит)

PODIUM
(атрибут из сферы)

Основой для названия стала фамилии основательницы бренда — Агапитова. Таким образом, мы хотели отразить ту связь, которая существует между сутью бренда и его вдохновителем. Это — не просто новый бренд одежды, это — отражение характера, стиля и образа жизни самой Ольги Агапитовой. Дополнительной опорой для имени стали такие слова как «премиум», «подиум» и «опиум», где «премиум» отражает принадлежность к люксовому сегменту, «подиум» формирует вокруг ассортимента флер high-fashion индустрии, а «опиум» выражает чувственную составляющую бренда. Женщина — Агапиум желанна, она притягивает, дурманит, дарит чувство эйфории, свободы и полного принятия себя и окружающего мира.

agapium

agapium

I am - brave
beautiful
sexy
woman
agapium
I am
brave
THE MAGIC OF ATTRACTION
THE MAGIC OF ATTRACTION

agapium

agapium
agapium

agapium

agapium
227 Columbus Ave, Manhattan
New York, EE. UU.

FORGENIKA

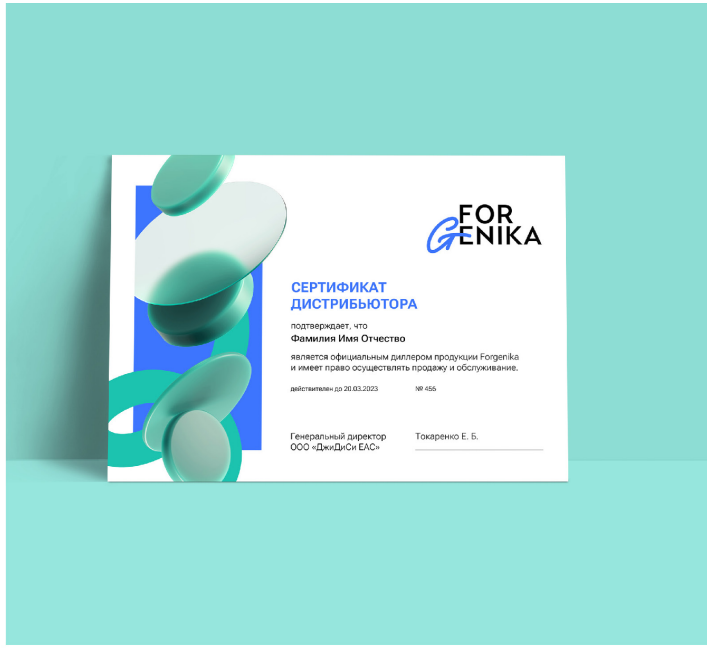
FOR GENIUS
(для гениев)

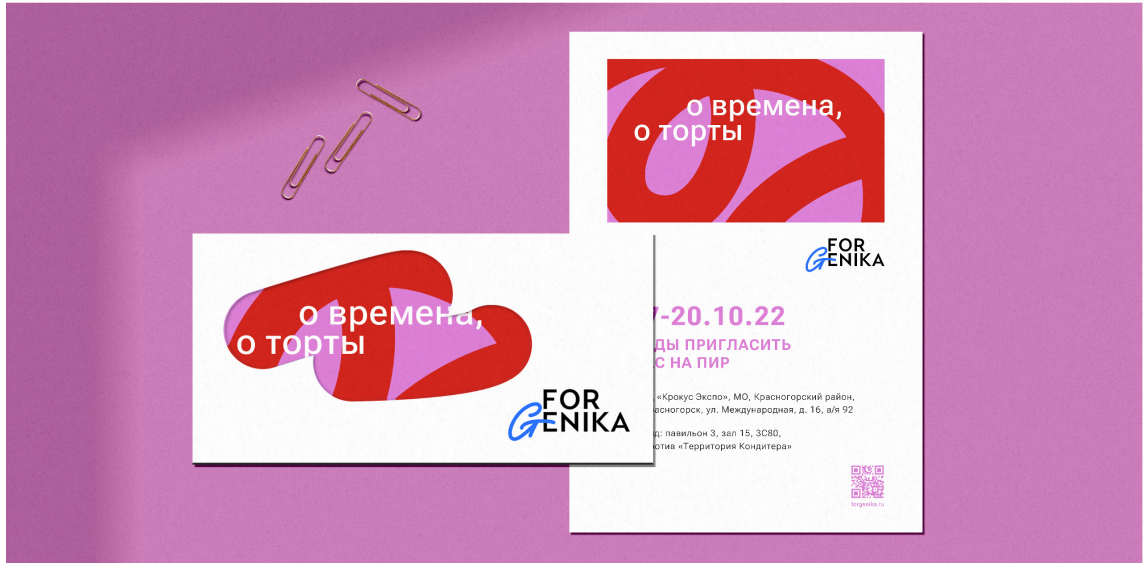
NIKA
(победа)

Новый бренд создан для гениев кондитерского дела и неутомимых творцов! Кондитерское творчество — это свобода самовыражения, полет фантазии и яркое воображение, все эти составляющие, помноженные на четкие рамки процесса рождают поистине гениальные кондитерские шедевры.

FOR
GENIKA
OSQ Group

FOR
GENIKA
Продукция на сумму ____ руб
forgenika.ru
разделяй
и славствуй


FOR
GENIKA
СЕРТИФИКАТ
ДИСТРИБЬЮТОРА
подтверждает, что
Фамилия Имя Отчество
является официальным диллером продукции Forgenika
и имеет право осуществлять продажу и обслуживание.
действителен до 20.03.2023
№ 456
Генеральный директор
ООО «ДжкДиСи ЕАС»
Токаренко Е. Б.


о времена,
о торты
FOR
GENIKA
о времена,
о торты
FOR
GENIKA
-20.10.22
ДЫ ПРИГЛАСИТЬ
С НА ПИР
«Крокус Экспо», МО, Красногорский район,
асногорск, ул. Международная, д. 16, а/я 92
д: павильон 3, зал 15, 3С80,
отив «Территория Кондитера»
forgenika.ru

FOR
GENIKA
о времена,
о торты
FOR
GENIKA
разделяй
и славствуй

FOR
GENIKA
уникальное
фордженика
FOR
GENIKA

SIMETRA

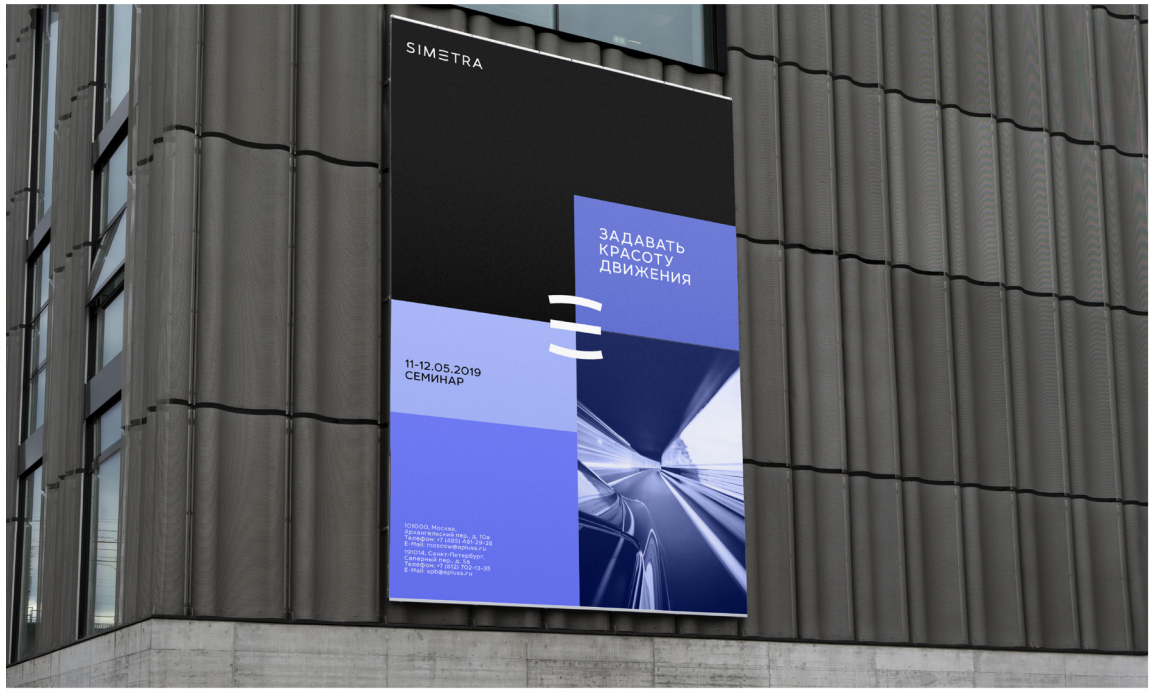
SIMULATION
(IT)

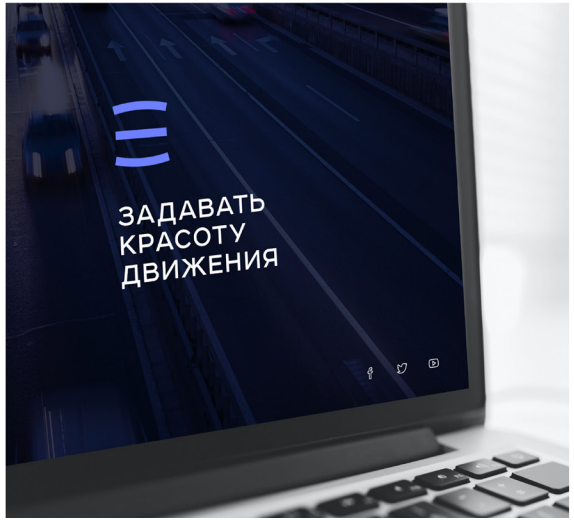
TRANSPORT
(транспортный консалтинг)

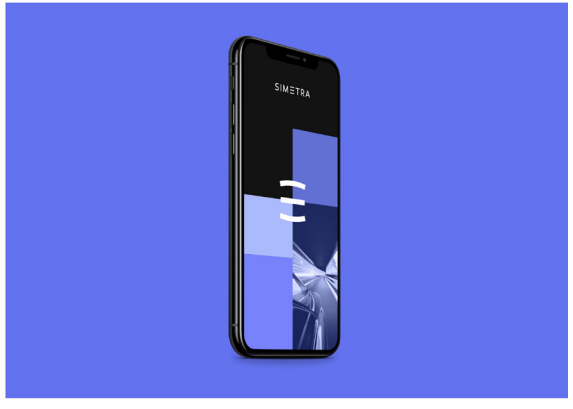
Кроссоверность — ключевая особенность компании. «А+С Транспроект» находятся на стыке двух масштабных отраслей — IT и транспорт.

Идея бренда, заключенная в брендлайне, должна четко считываться в названии. Во время творческих поисков соответствующего нейма креативный отдел также вдохновлялся уникальной кроссоверностью бренда. В итоге, объединив эти составляющие вместе, мы пришли к названию SIMETRA.

SIMETRA — неологизм из двух отраслевых слов: simulation и transport. Помимо этого, получившаяся словоформа полностью соответствует идее бренда — понятие симметрии отражает видение красоты, совершенства и порядка.







SIMETRA

ЗАДАВАТЬ КРАСОТУ ДВИЖЕНИЯ

ДВАЖДЫ ДА!

Задачей проекта было создать имя, которое бы отразило ключевую идею кофейни — «легкое решение». Легко добраться, легко сделать выбор, легко себя чувствовать — взаимодействие клиента с брендом «просто, как дважды два», что и послужило основой для названия. Устойчивое выражение трансформировалось в «Дважды ДА» — как двойное «ДА!» клиента на предложение съесть булочку и выпить кофе.

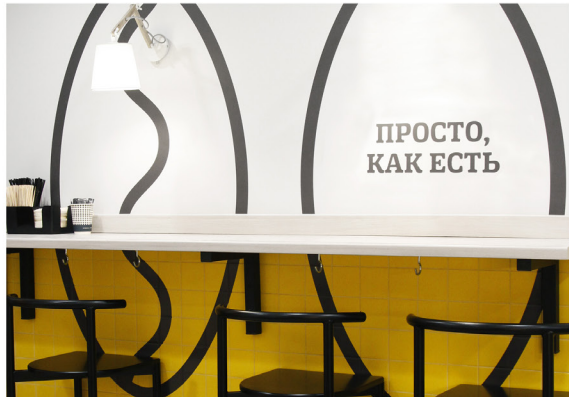
Такой ход позволил отразить формат кофейни, работающей в сегменте «выпечка + напиток».

Так как пирожки в Дважды ДА» уникальны, мы придумали им особое название. Общее имя товаров усиливает связь с основным брендом и помогает клиентам быстро произнести заказ.

«Дадл» — пирожок, который есть только в «Дважды ДА».

дважды да!

просто как есть



АЛАНТАЛЬ

ALO, ALUR, ALITUM

ALATUS

TALIS

Название нового продуктового бренда сыров сочетает легкость, мягкость, сливочная нежность.

Близость латинским корням:

Alo, alur, alitum — «кормить, вскармливать, взращивать, производить, развивать, укреплять, залечивать, исцелять».

Alatus — «крылатый, окрылённый».

Talis — «весьма значительный, важный».

Аланталь — «питающий, взращивающий, укрепляющий и исцеляющий продукт».

аланталь
делиться с любовью
Сыр
ГАУДА
натурального созревания
из северного молока
10 лет
СЫР ПОЛУТВЕРДЫЙ ГАУДА

аланталь
ДЕЛИТЬСЯ С ЛЮБОВЬЮ

аланталь
делиться с любовью
Сыр
ГАУДА
натурального созревания
из северного молока
10 лет

аланталь
делиться с любовью
Сыр
ГАУДА
натурального созревания
из северного молока
10 лет

УШАСТЫЙ НЯНЬ

НЯНЯ

Ушастый нянь — это метафора, отразившая качество продуктов бренда и ставшая символом бережной опеки. Как няня заботится о детях, так и бренд заботится о качестве продуктов для ухода за детьми. Выбор ушастого зайчика в качестве образа няни обусловлен тем, что зайчики считаются символом мягкости, заботы и ласки, как идеальная няня.

УШАСТЫЙ ЗАЙЧИК

Также зайчик ассоциируется с природой и естественностью, что соответствует сути гипоаллергенных продуктов бренда.

экономичная упаковка
салфетки детские
влажные
ушастый нянь
с первых дней жизни
3*40 шт
крем-мыло

ушастый нянь

ушастый нянь
с первых дней жизни
крем-мыло
детское
с оливковым маслом
и ромашкой

ушастый нянь
пятновыводитель

СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ

CORUNA BRANDING

Санкт-Петербург, 191167

Площадь Александра
Невского, д. 2

Бизнес-центр «Москва»,
офис 901

+7 (812) 318-33-64

CORUNA.RU

OFFICE@CORUNA.RU