

CORUNA BRANDING

INTELLIGENT
BRAND
DEVELOPMENT

ПРЕДЛОЖЕНИЕ.
ПЛАТФОРМА БРЕНДА

[CORUNA.RU](https://coruna.ru)

[OFFICE@CORUNA.RU](mailto: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, Gillette 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: стратегия, 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.

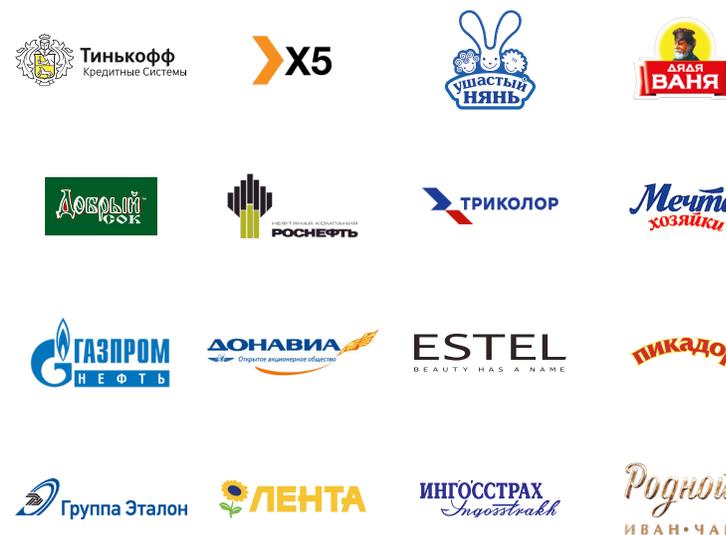
2020

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
- Web-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 семина-

ров, мастер-классов, совместных стратегических сессий, индивидуальных консультаций.

АНАЛИТИКА**СТРАТЕГИЯ****ВНЕДРЕНИЕ****1****2****3****4****5****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

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.

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

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.

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
ПЛАТФОРМА БРЕНДА**

В ЧЕМ ЦЕННОСТЬ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА ?

1. В рамках работы над платформой мы проводим стратегические исследования и интервьюирование собственников компании, сотрудников и потребителей. Аналитика позволяет упорядочить идентичность компании, сформулировать четкое позиционирование, отстроить от конкурентов.
2. Создав точную систему позиционирования и идентичности компании, мы закладываем перспективу развития и капитализации бренда.
3. Платформа бренда — конфиденциальный документ. Смыслы заложенные в бренд закреплены в документе и защищены от копирования конкурентами.
4. Платформа бренда позволяет объединить сотрудников в рамках ценностей компании. Исключить неправильную интерпретации смыслов заложенных в компанию, со стороны сотрудников и клиентов.
5. Платформа бренда является основой для создания коммуникационной стратегии. Она наполняет ее смыслами, формирует имидж, повышает узнаваемость и укрепляет доверие потребителей.
6. В основе платформы лежат рациональные и эмоциональные характеристики бренда, что позволяет создавать положительный и яркий образ бренда.

1

АНАЛИЗ КОРПОРАТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Чтобы определить идентичность компании (система управления, ценности, характер и т.д.) мы проводим корпоративные исследования с применением комплекса методик анализа. Результат исследований позволяет выйти на стержневые свойства, которые проверяются на следующих этапах.

2

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

На этом этапе мы проводим серию глубоких интервью по авторским методикам, анализируем тренды потребительского поведения и выделяем ключевые характеристики вашей целевой аудитории. На основе потребительского инсайта мы находим точки пересечения выгод аудитории с ценностями вашей компании, чтобы сформулировать «обещание бренда». Затем это все фиксируется в платформе.

3

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

За анализом аудитории следует анализ позиционирования и брендинговых атрибутов конкурентов. Таким образом мы находим рациональные и эмоциональные выгоды, которые позволяют отстроиться от других игроков рынка и подтвердить идентичность компании.

4

ПОИСК ЯДРА БИЗНЕСА

Ядро бизнеса позволяет получить ответы на вопросы: «В чем мы лучше других?», «Что мы делаем лучше других?», «В чем мы самые лучшие на рынке?». На основе этих ответов выстраивается вся стратегия и платформа.

5

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СТЕРЖНЕВЫХ СВОЙСТВ

Стержневые свойства являются основой идентичности бренда и отвечают на вопрос: как в 3-4 словосочетаниях описать всю его сущность. Грамотное управление стержневыми свойствами ведет к формированию цельного образа компании.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

6

ИДЕЯ БРЕНДА И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

В идее отражается ДНК бренда, учитывающая особенности, потребительский инсайт и ключевые выгоды для клиента. На основе идеи строится позиционирование, итогом которого является ответ на вопрос: «Кто мы? Чем мы отличается от других?».

7

КРЕАТИВНОЕ ЭССЕ И МУДБОРД

В разработку платформы также входит креативная составляющая: эссе и мудборд. Креативное эссе позволяет вербально объяснить философию компании, а мудборд задает визуальное направление того, как платформа может воплощаться в фирменном стиле.

СОСТАВ РАБОТ	СТОИМОСТЬ (ТЫС. РУБ.)	СРОКИ (РАБ. ДНИ)
1. РАЗРАБОТКА ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА*		
<ul style="list-style-type: none"> • Бренд аудит • Визуальный мудборд • Креативное эссе • Стратегическая матрица позиционирования 		
ИТОГО	650 000 РУБ.	35 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 ПЛАТФОРМЫ ДЛЯ БРЕНДОВ:

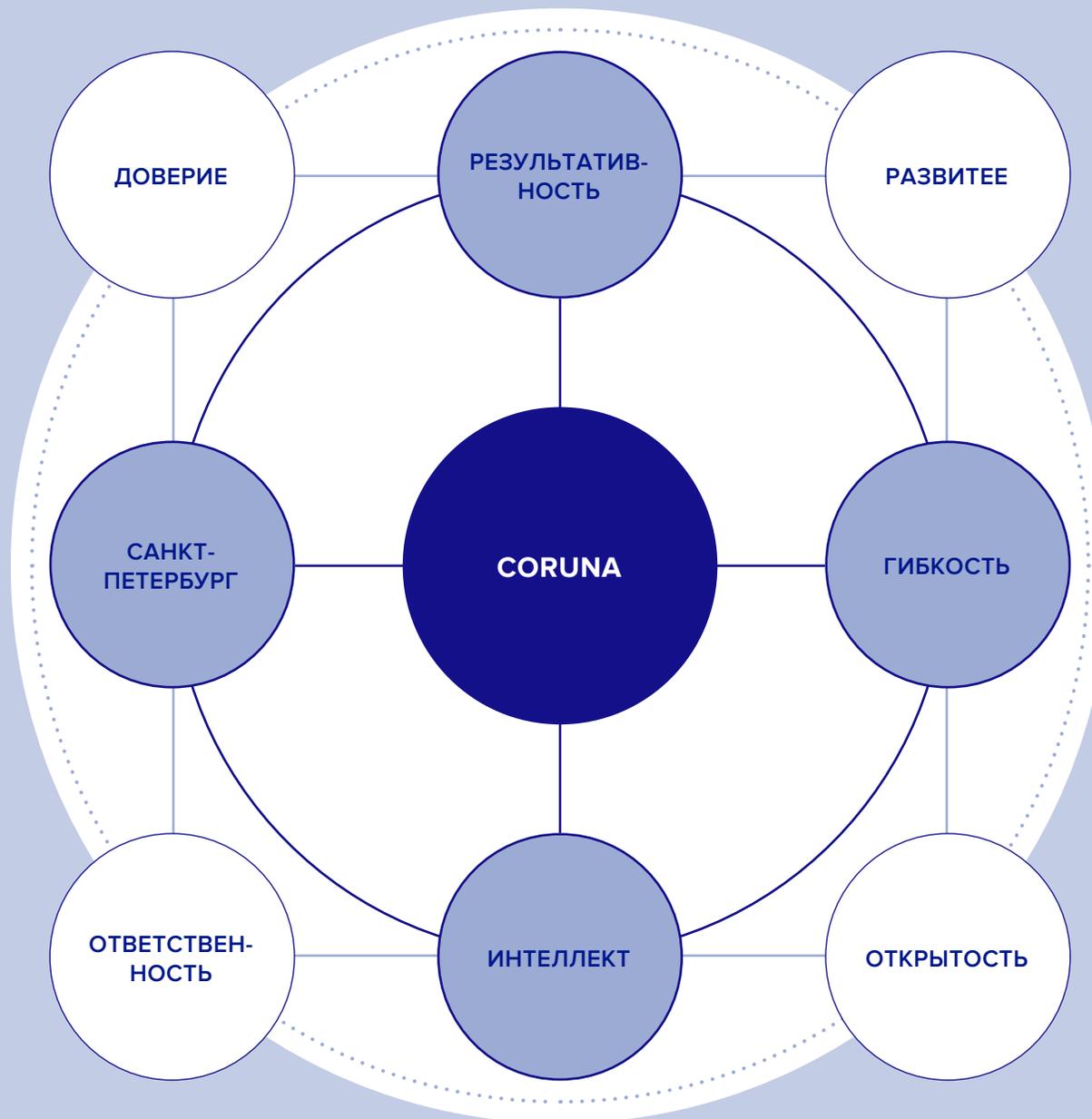


ПЛАТФОРМА БРЕНДА — КОНФИДЕНЦИАЛЬНЫЙ ДОКУМЕНТ.

МЫ С РАДОСТЬЮ ПРЕДСТАВИМ БРЕНДЫ,
ДЛЯ КОТОРЫХ МЫ СДЕЛАЛИ ЭТУ РАБОТУ
И НА ПРИМЕРЕ НАШЕЙ КОМПАНИИ
ПРОДЕМОНСТРИРУЕМ КЕЙС ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА.

МЫ НЕ ПРОСТО ВЫПОЛНЯЕМ РАБОТУ НАД ПРОЕКТОМ

СОЗДАНИЕ БРЕНДА — ЭТО ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ДЛЯ НАС И НАШИХ КЛИЕНТОВ. ЧТОБЫ ЛУЧШЕ ПОНИМАТЬ, ЧТО ВАС ОЖИДАЕТ В ПУТИ, МЫ ПОКАЖЕМ, КАК ЭТО ПУТЕШЕСТВИЕ ВЫГЛЯДЕЛО ДЛЯ CORUNA.



ОСНОВНЫЕ СТЕРЖНЕВЫЕ СВОЙСТВА

ИНТЕЛЛЕКТ

Мы самый интеллектуальный бренд на рынке брендинга. Мы любим и умеем думать. Мы любим и умеем решать сложные задачи.

К нам обращаются за решением наиболее сложных задач. Наши конкуренты отравляют своих клиентов к нам, когда понимают, что не могут справиться с задачей.

Все решения обоснованы и могут быть доказаны расчетами, выводами, наукой. Мы занимаемся постоянным саморазвитием, ищем новое, заставляем мозг работать.

Мы движем брендинговую науку за счет интеллекта. Мы разработали собственные технологии и делимся ими с другими участниками рынка.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Нас отличает особое чувство стиля.

Нас отличает характер и манера поведения, отражающие петербургский дух.

Мы образованны и порядочны.

Мы стремимся к красоте и гармонии решений.

Врожденная интеллигентность — это про нас.

РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ

Решения, которые мы предлагаем работают и должны давать 100% результат.

Наш принцип — цифры на входе, цифры на выходе.

Не безумный креатив ради побед на конкурсах, а реальные результаты, которые отражаются на балансовых счетах наших клиентов.

ГИБКОСТЬ

Для нас важно уметь найти выход из любой ситуации.

Согнуться, но не сломаться. Сгруппироваться, но снова выпрямиться и продолжить движение.

Предлагать индивидуальный и гибкий подход для каждого клиента. Уходить от шаблонных решений и predetermined результатов.

ИДЕЯ БРЕНДА: «ЭНЕРГИЯ ИНТЕЛЛЕКТА»				
СТЕРЖНЕВЫЕ СВОЙСТВА	ИНТЕЛЛЕКТ	САНКТ-ПЕТЕРБУРГ	РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ	ГИБКОСТЬ
ЦЕННОСТИ	Точность выводов Постоянное саморазвитие Социальная ответственность	Достоинство Эстетика	Нацеленность на результат	Доверие
ХАРАКТЕР	Интеллектуальный Уверенный	Интеллигент	Энергичный Целеустремленный	Открытый
СТИЛЬ	Интеллектуальный	Аккуратный	Активный	Современный

*Таблица не является полным отражением платформы бренда

ПРЕДЛОЖЕНИЕ. ПЛАТФОРМА БРЕНДА

КТО МЫ?

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ БРЕНДИНГОВАЯ ГРУППА ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА.

Бренд-эксперт, рожденный в Санкт-Петербурге — мировом центре эстетики, науки и образования.

Мы — самый интеллектуальный и интеллигентный бренд среди российских брендинговых компаний.

Мы — бренд-партнер, поддерживающий людей бизнеса в стремлении осознанно развивать свои бренды (управлять брендами).

ЧЕМ МЫ ОТЛИЧАЕМСЯ?

ПРОДУМАННОСТЬЮ РЕШЕНИЙ: Все творческие и стратегические продукты имеют четкую аналитическую базу, цифры на входе — цифры на выходе.

УМЕНИЕМ РЕШАТЬ САМЫЕ СЛОЖНЫЕ ЗАДАЧИ: Мы почти никогда не говорим «нет» клиенту, с какой задачей бы он не пришел. Мы беремся за задачи, которые выходят за рамки типичного брендинга и находятся на уровне бизнес-стратегии.

ОТСУТСТВИЕМ СНОБИЗМА И ГИБКОСТЬЮ: Для нас нет больших и маленьких клиентов. Для нас не важно является ли клиент глобальным игроком или глубоким провинциалом. Для любого клиента мы постараемся найти свое решение. К любой задаче мы подходим со 100% самоотдачей.

ДЛИТЕЛЬНОСТЬЮ СОТРУДНИЧЕСТВА: Мы готовы работать в долгую. Мы ведем клиента, обучаем, помогаем ему расти и растем вместе с ним. Мы можем и умеем работать десятки лет.

CORUNA — ЭНЕРГИЯ ИНТЕЛЛЕКТА

«УРОВЕНЬ ТВОРЧЕСКИХ СПОСОБНОСТЕЙ ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ УРОВНЕМ РАЗВИТИЯ ИНТЕЛЛЕКТА»

ГАНС ЮРГЕН АЙЗЕНК

Нас объединяет энергия интеллекта. Родившись в сердце Петербурга, мы буквально заряжены ей.

Она аккумулируется во время погружения в работу и вырывается на поверхность, где обретает форму слова и цвета.

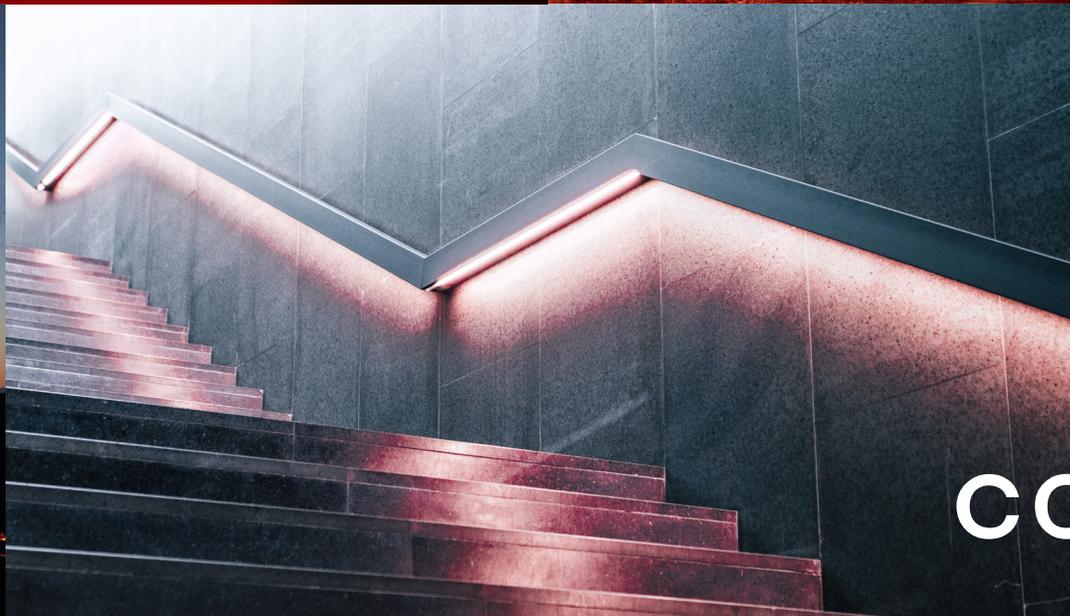
Изучая мир, мы регулярно расширяем границы нашего интеллекта и охотно делимся опытом друг с другом. Мы верим, что взаимодействие умов рождает новые решения даже там, где на первый взгляд все уже давно изучено.

Находясь у истоков брендинга России, мы понимаем уровень ответственности, который лежит на нас. Отвечая за стандарты отрасли, мы определяем реальность всего направления, наполненного эмоциями и коммуникацией. Зарядившись прошлым, мы входим в будущее.

Мы ценим гибкость интеллекта, поскольку для нас важно уметь найти выход из любой ситуации. Измениться, но не потерять себя. Сгруппироваться, но снова выпрямиться и продолжить движение. Предлагать индивидуальный и гибкий подход для каждого клиента. Без шаблонных решений и непредсказуемых результатов.

Мы объединяем людей, черпающих энергию из самых разных областей от бизнес-консалтинга до стратегического брендинга, от академического художественно образования до новых медиа, от филологии до сценарного дела. Но какими бы различными ни были, объединяет нас одно.

ЭНЕРГИЯ ИНТЕЛЛЕКТА



CORUNA
BRANDING

СЛОГАН



**INTELLIGENT
BRAND
DEVELOPMENT***

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](https://coruna.ru)

OFFICE@CORUNA.RU