

VANS

Доме Анастасия,
3 курс РиСО,
вечернее отделение



Корпорация Vans, Южная Калифорния, США – производитель обуви и предметов одежды для занятий спортом и активного образа жизни, была основана Paul Van Doren в 1966 году.

Основным направлением компании стало производство обуви, простой и доступной каждому.

Vans были первыми, кто вышел на рынок с кедами, спроектированными для катания на скейтборде.

Коллекция обуви Vans насчитывает более 60 стилей, начиная от классических парусиновых туфель на толстой подошве, обуви без шнуровки, современной повседневной обуви, а также скейбордической и сноубордической обуви.

ЦА

Молодые люди и девушки 18-23, абитуриенты, студенты. Доход средний. Проживают в городах-миллиониках (чаще Мск, Спб). Ориентированы на американские тренды, увлекаются активными/экстремальными видами спорта (сноубординг, скейтбординг). Предпочитают спортивный стиль. Практически все свободное время проводят с друзьями или на тусовках, активно пользуются Интернетом. Беззаботны, для них важно мнение друзей и важен бренд.

БРЕНД-ЧЕМПИОН



Филипп, 20 лет. Живет в Санкт-Петербурге. Студент Технологического Института. Подрабатывает фрилансером. В свободное время пишет музыку и катается на скейтборде. Чаще всего ходит в толстовках и кедах. Предпочитает качественную обувь. Спокойно может отдать за кеды больше 3000 рублей.

ИНСАЙТ

- * Я хочу быть в тренде. Так как я катаюсь на «доске», мне нужна удобная обувь. Это должно быть что-то известное и проверенное, чтобы создать обо мне впечатление знающего «чувака».
- * Я не особо разбираюсь в брендах, мне не нравится катать в кроссовках, да и дизайн у них не очень.
- * Поэтому я захожу в спортивный магазин и покупаю первые попавшиеся удобные кеды с примитивным дизайном, консультируюсь с продавцом или с другом.

РЕШЕНИЕ

Зайти в интернет-магазин или в специализированный магазин и выбрать кеды «своей мечты».

КОНКУРЕНТЫ

Converse



DC



Nike

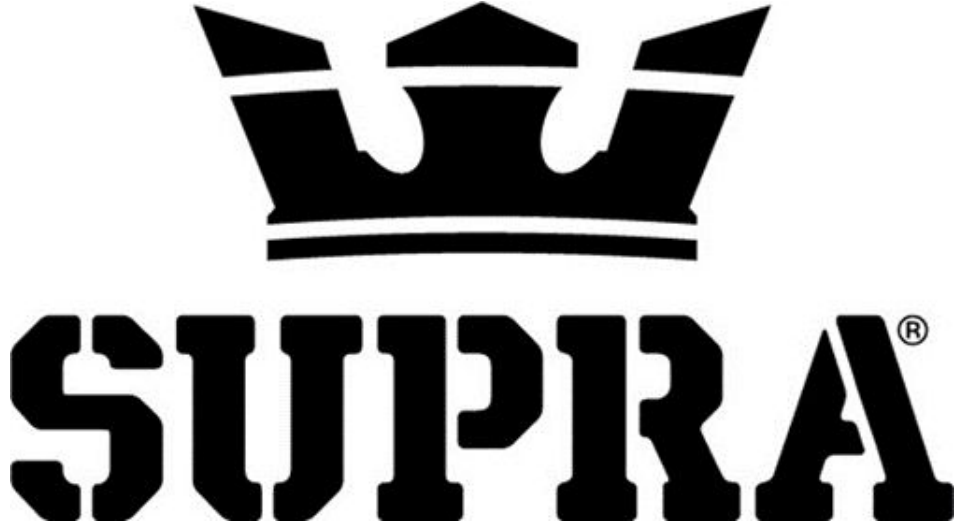


HUF

Supra

The HUF logo consists of the letters 'HUF' in a bold, white, sans-serif font, centered within a solid black square.

HUF

The Supra logo features a stylized black crown icon above the word 'SUPRA' in a bold, black, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is located at the top right of the letter 'A'.


SUPRA[®]

SWOT

Сильные стороны (S):

1. Большое количество моделей
2. Проверенное качество
3. Многолетняя история
4. Современный дизайн
5. Лояльность потребителей к бренду (положительные отзывы, рекомендации)
6. Хорошая обратная связь (группа ВК, аккаунт на FB, Инста)



Слабые стороны (W)

1. Сильные конкуренты
2. Продаются только в магазинах VA Fab Store, Fab Street
3. Нет официального сайта на русском языке
4. Меньше известны по сравнению с некоторыми конкурентами (NIKE, Converse)



Возможности (О)

1. Продажа в мультибрендовых магазинах.
2. Создание русскоязычного сайта
3. Таргетинговая реклама



Угрозы (Т)

1. Неоправданные затраты на рекламу, интегрированные коммуникации
2. Неспособность приобретать товар, ввиду сложившейся экономической ситуации
3. Затруднительная поставка товара
4. Спад спроса, в связи с изменением модных тенденций



БРЕНД – ПЛАТФОРМА

ФУНДАМЕНТ

ПРЕИМУЩЕСТВА

ХАРАКТЕР БРЕНДА

АКТИВЫ БРЕНДА

— ОПИСАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

— ИНСАЙТ ПОТРЕБИТЕЛЯ

— РОЛЬ БРЕНДА

— СООБЩЕНИЕ БРЕНДА

— RTB (REASON TO BELIVE)

— ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

— БОЛЬШАЯ ИДЕЯ

ФУНДАМЕНТ

ПРЕИМУЩЕСТВА

Сочетают в себе удобство, стиль и доступность

ХАРАКТЕР БРЕНДА

Вещь, которая делает жизнь комфортнее, выделяет потребителя из толпы, идентифицирует с определенной социальной группой

АКТИВЫ БРЕНДА

Многолетняя история, проверенное временем качество, широкая линейка товаров, узнаваемый бренд

РОЛЬ БРЕНДА

Создает стильный образ, ощущение ежедневного комфорта, придает уверенность в себе

СООБЩЕНИЕ БРЕНДА

Удобная обувь с современным дизайном для уверенных в себе молодых людей

RTB (REASON TO BELIVE)

Проверенное годами качество, наличие магазинов по сему миру, признание молодежи, соответствие современным тенденциям

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Ведущий игрок на рынке спортивной обуви и товаров для занятий активными видами спорта.

БОЛЬШАЯ ИДЕЯ БРЕНДА

VANS- Сочный дизайн. Безупречное качество. Ежедневный комфорт.