

Сравнение

идентичностей
брендов
Орифлэйм и
Эйвон

Ажанова А. Б-721

Brand Wheel

Oriflame

- Атрибуты: новый элегантный и индивидуальный символ компании сохранил неизменную букву "O", ассоциацию с косметической индустрией, и важную имиджевую составляющую, отображающую дух бренда - слово Швеция
- Суть: сочетание лучшего от науки и лучшего от природы
- Ценности: единство, дух и страсть

Avon

- Атрибуты: фирменный розовый цвкки
- Суть: понимать и удовлетворять потребности женщин всего мира в продукции, услугах и самовыражении
- Ценности: доверие, уважение, человечность, порядочность, вера

Oriflame

- Преимущества: гарантия качества, натуральность, экологичность, безопасность, профессионализм, амбициозность, доступность
- Индивидуальность: сильные, уверенные в себе, элегантные, гламурные женщины.

Avon

- Преимущества: качество, гибкая система скидок, эксклюзивные предложения, доступность, индивидуальное обслуживание клиентов
- Индивидуальность: современные, молодые, энергичные и целеустремленные женщины.

Brand Platform

Доверие: натуральность

Безопасно
сть

Качество
,
доверие

Сила, уверенность,
стойкость

Единс
тво,
дух,
страс
ть

Вдохновение, страсть,
мечта и ее воплощение

Доверие: доступность

Доступнос
ть
самореал

Красота
Оптимизм

изация
Энергичность,
целеустремлен
ность

Вера,
человечност
ь, доверие,
уважение

Новые возможности

Brand Key

Oriflame

- Конкуренты: эйвон, фаберил
- ЦА: женщина 30-35 лет со средним уровнем дохода
- Преимущество: натуральная продукция по приемлемым ценам
- Инсайт: красота, молодость
- Причины для доверия: безопасность
- Выгоды: качество, доступность, новые возможности
- Суть бренда: сочетание лучшего от науки и лучшего от природы

Avon

- Конкуренты: орифлэйм, фаберлик
- ЦА: потребители разного уровня
- Преимущество: качественная продукция по приемлемым ценам
- Инсайт: красота, молодость
- Причины для доверия: доступность, стоимость
- Выгоды: качество, доступность, новые возможности
- Суть бренда: понимать и удовлетворять потребности женщин

Brand Pyramid

Oriflame

- Атрибуты: буква «О»-ассоциация с косметической индустрией, и важная имиджевая составляющая , отображающая дух бренда - слово Швеция
- Функц: качество, надежность
- Эмоц: доверие
- Ценности: единство, дух, страсть
- Индивидуальность: качество, доступность, безопасность
- УТП:
- Суть бренда: сочетание лучшего от науки и лучшего от природы

Avon

- Атрибуты: фирменный розовый шрифт
- Функц: доступность, самореализация
- Эмоц: красота, оптимизм
- Ценности: вера, человечность, порядочность, уважение, доверие
- Индивидуальность: доступность, качество
- УТП:
- Суть бренда: понимать и удовлетворять потребности женщин всего мира в продукции, услугах и самовыражении

Паприка брендинг

Oriflame

- Убеждение: качество, надежность
- Миссия, слоган: исполнять мечты, «Твои мечты- наше вдохновение», «Задумано природой- создано Орифлэйм»

Avon

- Убеждение: доступность, качество
- Миссия: «Ваш путь к красоте», помочь всем женщинам, независимо от их расы, национальности, профессии, социального положения и вероисповедания, оказывая им содействие в создании лучших условий жизни для них самих и их семей

- Внешние черты бренда: сдержанный, бело, зеленый
- Характер бренда: сдержанный, сильный, зрелый
- Стиль рекламы: запоминающийся, открывает новые возможности (подписка, идеальные персонажи, обстановка)

- Внешние черты бренда: яркий, розовый, красный
- Характер бренда: активный, сильный, «молодой»
- Стиль рекламы: запоминающийся, открывает новые возможности (подписка), идеальные персонажи, обстановка



Спасибо за внимание!