



# Товарно-марочная ПОЛИТИКА

# Слоган: Leap ahead (прорыв), Не менее известно и выражение «Intel Inside»

Одна из самых известных ныне компаний была образована в 1968 году. Ее основателями были такие известные личности, как изобретатель микросхемы Роберт Нойс (Robert Noyce) и Гордон Мур (Gordon Moore) - создатель так называемого «закона Мура». По прошествии некоторого времени в коллектив влился и Эндрю Гроув (Andrew Grove), ставший в 1979 году президентом компании.

Изначально компанию хотели назвать, без ложной скромности, «Moore Noyce». Однако от этого решения пришлось отказаться по оригинальной причине: такое название было созвучно со словосочетанием «more noise» (анг. - «много шума»). Некоторое время использовалось название «NM Electronics». По прошествии года появилось новое название «Integral Electronics», которое решили сократить до более благозвучного «Intel». Однако и тут не обошлось без курьезов: оказалось, что слово «Intel» уже является торговой маркой некой гостиничной сети. Но видно новое название так полюбилось основателям компании, что они решили его выкупить.



Логотип компании  
в 1968 году



Логотип компании в  
2005 году  
Используется по сей  
день

Классическая схема успешной компании — талантливый изобретатель (в данном случае аж двое) и ловкий бизнесмен (в лице Энди Гроува) — дали замечательные результаты. Первым успехом компании можно считать микропроцессор Intel 4004, разработанный в 1971 году. В 1972 году появляется и первый микрокомпьютер, основанный на этом процессоре. Пробует себя компания и в производстве модулей памяти. Однако, этот бизнес не приносит много прибыли, и компания вновь возвращается к микропроцессорам. Это решение оказалось не просто верным, но гениальным. Следующие десятилетия — это история беспрецедентного роста и развития Intel. Ее процессоры используются в самом популярном типе компьютеров — IBM PC. Особенно прославился Pentium Processor. Что и говорить, само слово «pentium» стало вызывать у потребителей ассоциации со словом «микропроцессор».



В свое время Леви Страусс напоминал всем: «Посмотрите внешний боковой шов — если там проложена красная нить, вы приобрели оригинал». Красной нитью через его дело прошла уверенность, что человек должен быть одет просто и со вкусом, но, главное, практично. Такими и стали джинсы Levi's.









**IT'S NOT JUST A STYLE ICON**

**IT'S A SYMBOL OF HOPE**

The Levi's 501's social responsibility addresses and lives like in the 501, but they've got without saying. Live Simon 2011 in support of the Malaysian AIDS Foundation (MAMF) through a donation program. From the 2011 of the Levi's 501's will go to MAMF to support the AIDS related awareness. It will also you to support the cause, because together we can bring hope to those who are affected.

**LIVE UNBUTTONED. 501**

In support of the Malaysian AIDS Foundation.

The Barbie logo is written in its signature pink, cursive font and is enclosed within a thin pink rectangular border.

Mattel Inc — американская компания, производитель игрушек, выпускающий знаменитую куклу Барби. Полное название куклы "Барби Миллисент Робертс».

Ее разработала Рут Хэндлер, по ее словам, в детстве ее дочь Барбара нередко «играла с подругами в куклы; то были бумажные куклы — „взрослые“, и девочки представляли себя во „взрослой жизни“ то девушками, то деловыми женщинами, то мамами. Определенно чувствовалась потребность в куклах, которые могли бы познакомить юных леди со многими сторонами столь притягательного для них мира взрослых». Тогда Хэндлер пришла идея создать взрослую куклу и она взяла за основу образ знаменитой куклы Билд Лилли, которая была популярной героиней «комиксов для взрослых», с безупречной фигурой, правильными чертами лица и ярким макияжем. Миссис Хэндлер назвала куклу Барби в честь своей дочери, и от выпущенной в 1959 году игрушки была в восторге не только она, но и миллионы её сверстниц во всем мире.





Первая Барби была одета в черно-белый в полоску купальник (платья для куклы следовало приобретать отдельно), у нее были стянутые в «конский хвост» светлые волосы и черные глаза. Сперва покупатели отнеслись к новинке настороженно — по тем временам кукла выглядела довольно вызывающе, однако вскоре она стала невероятно популярной среди школьниц.

В продаже скоро появилось множество всевозможных костюмов и аксессуаров для Барби; в 1961 г. она «обзавелась» **бойфрендом Кен**, двумя годами позднее — **приятельницей Мидж** и **сестренкой Скиппер**. Внешний облик куклы меняется — если первая Барби выглядела вполне зрелой женщиной, то к концу 60-х она становится миловидной девушкой-тинейджером и облачается в «хипповские» наряды. У нее появляются все новые и новые родные и знакомые — кузина Фрэнси, сестренка Тутти, приятельница Кристи (чернокожая!), англичанка Стейси. В 60-х годах Барби обзаводится «Домом мечты», в 70-х — автомобилем. Появляются Барби-певица, Барби-медсестра, Барби-стюардесса, Барби-космонавт, Барби — кандидат в президенты. В 1980 фирмой «Mattel» была представлена коллекционная серия «Куклы мира» — в нее вошло более 20-ти Барби в национальных костюмах разных стран.

В 1998 году Барби надела на себя различные линии спортивной одежды.



В 2000 году кукла Барби стала первой куклой, у которой на животе был пупок.



Нередко создателей Барби обвиняют в том, что ее неестественная красота, для многих ставшая эталоном, способствует распространению расстройств среди женщин, которые стремятся быть на нее похожими. Компания «Mattel» в 2000 несколько изменила пропорции куклы — в частности, ей уменьшили бюст.

Кукла Барби стала легендарной игрушкой и вождленным подарком для миллионов девочек. Популярность Барби объясняется двумя факторами.

**Во-первых**, Барби была идеалом, представлением девочек об идеально красивой женщине. Барби меняла имиджи и наряды, но была неизменно популярной. Кукла становилась более подвижной, так что могла освоить занятия конным спортом, ездой на велосипеде, танцами. Отдельные модели умели закрывать глаза, подмигивать и посылать воздушные поцелуи. Не менее активно, чем внешность, Barbie меняет дома своей мечты, автомобили, заводит домашних любимцев.

**Во-вторых**, бренд под названием «Барби» постоянно менялся, в зависимости от изменений в сознании современных детей.

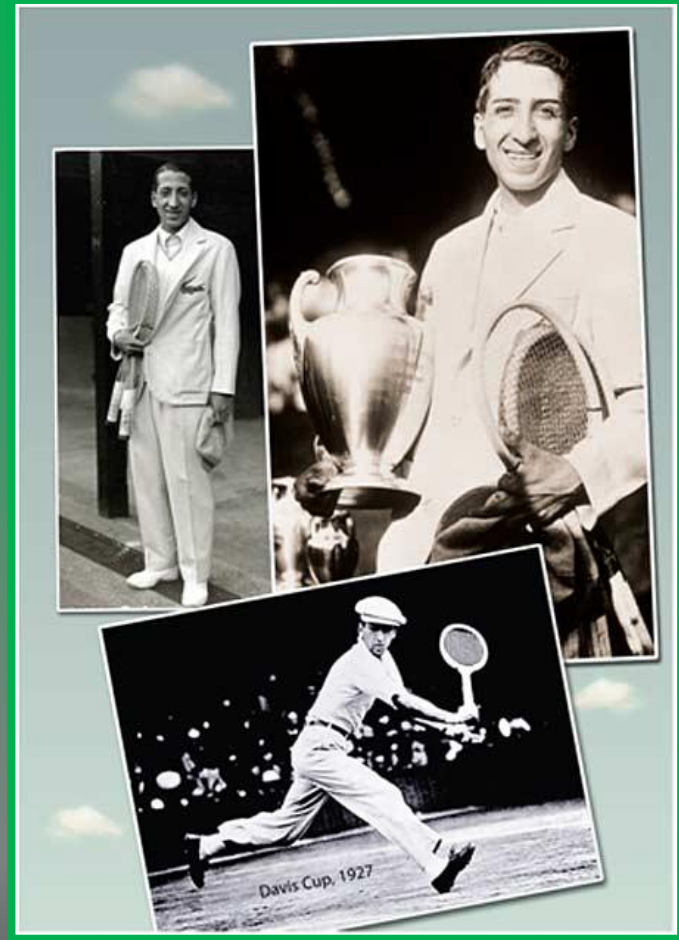
Неудивительно, что эта столь активная особа попала в знаменитую Книгу рекордов Гиннеса, стала экспонатом не менее знаменитого Музея восковых фигур мадам Тюссо и виновницей множества скандалов и многотысячных манифестаций.

**Благодаря этому Barbie по сей день достойно выдерживает конкуренцию и сохраняет огромную популярность по всему миру.**



Незамысловатая эмблема в виде крокодильчика, которой сегодня маркированы предметы одежды, аксессуаров, спортивного инвентаря, появилась совсем случайно, но именно она и сделала популярным и узнаваемым французский бренд **Lacoste**.

Компания **Lacoste** имеет долгую историю. Имя ей дал ее основатель - известный французский теннисист Рене Лакост. Мсье Лакост преуспел не только на спортивном поприще, но и на модной стезе. В 1923 году Рене Лакост выиграл Кубок Дэвиса, после которого по легенде, тренер сборной подарил ему чемодан из крокодиловой кожи. Тогда победителя окрестили «крокодилом», что, впрочем, вполне соответствовало характеру чемпиона, с его цепкой спортивной хваткой. Близкий друг Рене схватил эту идею и нарисовал для Лакоста крокодила, который и был позже вышит на его рубашке. Во время открытого чемпионата в США 1927 году на Лакосте была надета рубашка с коротким рукавом из легкой трикотажной ткани с эмблемой. Когда французский теннисист выиграл состязание, он и подумать не мог, что это станет еще и первым большим шагом на его «модном» пути. После этого трикотажная рубашка с коротким рукавом обрела популярность во всем мире.

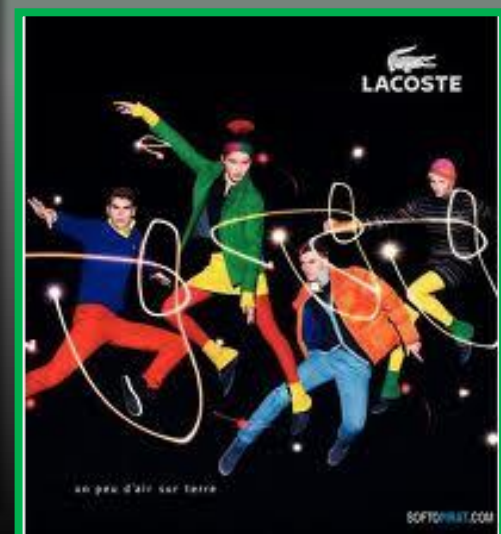


**LACOSTE**

В 1933 году Рене Лакост закончил свою спортивную карьеру и с головой погрузился в фэшн-индустрию. Вместе с управляющим трикотажной компании Андре Жилье он образует бренд, которому вручает свое имя - **Lacoste**. Первым творением компании была, конечно, уже знаменитая белая теннисная рубашка с зеленым крокодилом. Помимо нее компания занималась изготовлением рубашек для так называемых, интеллектуальных видов спорта - гольфа, яхтинга, парусного спорта.

В 1963 году управление компанией переходит в руки сына Рене - Бернарда Лакоста. В скором времени фирменный зеленый крокодил красуется уже на предметах спортивного инвентаря, флаконах с парфюмерией, очках, сумках, часах, обуви и других аксессуарах.

В новом тысячелетии компания во многом обязана своим бессменным успехом дизайнеру и креативному директору модного дома - **Кристофу Лемеру**. Именно этот дизайнер совсем недавно, в 2005 году решил чуть изменить «лицо» бренда, служившее верой и правдой более 70 лет. Лемер сделал эмблему-крокодила серебристой: это прекрасно демонстрирует поклонникам бренда то, что компания следует веяниям времени, идет с ним в ногу, оставаясь верным традициям и высочайшему качеству продукции Lacoste.





**LEGO**<sup>®</sup>  
История



**LEGO**

Компания была основана в 1932 году. Её основателем стал датчанин являвшийся в то время бригадиром команды плотников и столяров. Оле Кирк Кристиансен содержит маленький магазин, продавая в нем деревянные игрушки, стремянки, гладильные доски. Вскоре появилось название «LEGO» Оно происходит от датских слов «leg» и «godt», что вместе значит «увлекательная игра». Уже потом основатель компании, с удивлением узнал что, на латыни Lego значит «я складываю»

В 1947 году компания расширила производство. И начала выпуск пластиковых игрушек. Начиная с момента своего появления в 1949 году элементы LEGO во всех своих вариантах остаются совместимы друг с другом. Так, например, элементы, созданные в 1958 году, по-прежнему стыкуются с элементами, выпущенными в настоящее время, несмотря на радикальные изменения в дизайне и форме элементов за эти годы.



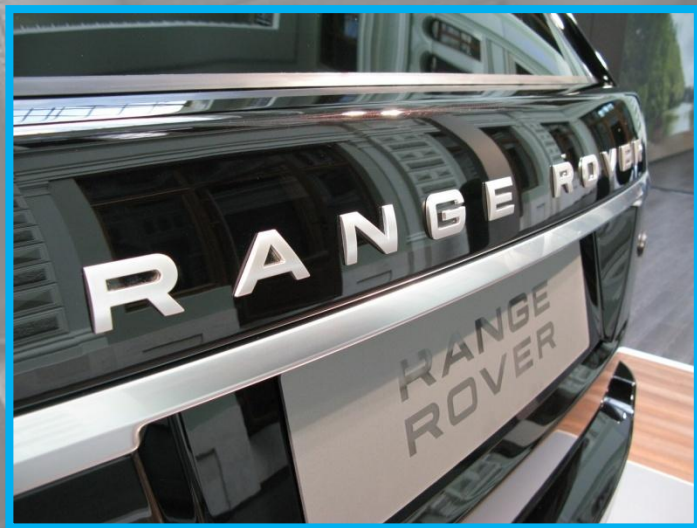
# ABOVE AND BEYOND

Одна из самых популярных в мире автомобильных марок – Land Rover – появилась более 60 лет назад, практически сразу став символом неизменной надежности и комфорта. Первый Land Rover был выпущен в 1948 году. 1970 год ознаменовался выпуском Range Rover.



# ABOVE AND BEYOND

История создания логотипа компании LAND ROVER началась с забавного случая. Овальная форма логотипа была навеяна самым простым предметом - банкой из-под сардин. Дизайнер как-то обедал консервами и оставил банку на своем рабочем столе, в результате чего на нем остался след в виде овального контура - так родился логотип компании.





# ABOVE AND BEYOND

На первом Land Rover, выпущенном в 1948 году, название машины красовалось в литом алюминиевом овале. С самого начала слова LAND ROVER были разделены тире в форме буквы Z, пересекая оба слова.

С появлением в 1971 году Series III логотип по форме стал более прямоугольным, слова LAND-ROVER - явнее, и они стали разделяться более четким тире.



# ABOVE AND BEYOND

В 1989 году Land Rover заменил алюминиевую пластину четким логотипом. Тире осталось, но на него теперь стали наслаиваться слова LAND ROVER, поэтому тире стало больше похоже на кавычки. Новый логотип должен ассоциироваться с экологичностью. В 2010 году произошло обновление логотипа: вместо золотого цвета в нем стал использоваться серебряный.



«МТС» — торговая марка, под которой российская компания «Мобильные ТелеСистемы» осуществляет оказание услуг связи в России и ряде стран СНГ.

На протяжении более чем 13 лет логотип компании представлял собой ничто иное как надпись с красной буквой «М», непонятной «Т» и синим кольцом, а под белой буквой «С» — красная точка. Ничего особенного, обычный логотип — его сразу запомнили. Кроме надписи «МТС» логотип содержал также буквы «GSM».



В 2002 году он обрёл форму и цвет — жёлтый фон, многоговорящая форма сим-карты.





С 2006 новый логотип «МТС» — простое белое яйцо. Президент компании МТС по этому поводу сказал вот что: «выбранное визуальное решение — вечный символ (яйцо) — очень точно показывает суть современных технологий: вроде всё так просто, однако за простотой скрывается сложность содержания». Иными словами — простое решение сложных вещей.

С осени 2010 по настоящее время присутствует красный прямоугольник с красным квадратом, в котором нарисовано белое яйцо, рядом — слово «МТС». Отличается от предыдущего логотипа шрифтом и «объёмностью» яйца.





А вот интересный факт из истории: буквально спустя пару месяцев после появления логотипа в форме яйца у МТС предприимчивые птичники позаимствовали его.



Многие пресс-центры подшучивают над логотипом МТС и думают что же ждет компанию в будущем.



# RITTER SPORT

История шоколада RITTER SPORT начинается там, где обычно заканчиваются фильмы о любви: со свадьбы. В 1912 году сочетаются браком кондитер Альфред Эуген Риттер и Клара Гёттле, владелица магазина сладостей. Вместе они основывают кондитерскую фабрику по производству шоколада и сахарных изделий «Alfred Ritter Cannstatt». В 1919 году семья Риттер выводит на рынок свою собственную марку шоколада: Alrika.



В 1932 году Клара Риттер предлагает производить квадратную плитку шоколада, разделённую на 16 меньших по размеру квадратов. Ее аргумент: “Давайте сделаем шоколадную плитку, которая умещалась бы в карман любой спортивной куртки, не ломалась при этом и имела вес обычной плитки шоколада”. Шоколадный квадрат получает имя “Ritter’s Sport Schokolade”. Кроме этого, в ассортименте продукции: прямоугольные плитки, конфеты, пасхальная и рождественская продукция.



# RITTER SPORT

После того как в 1952 году управление компанией перешло к сыну основателей Отто Риттеру, он решает сконцентрировать усилия только на шоколадном квадрате. Все остальные изделия постепенно исключаются из производственного плана. Квадрат представлен в целлофановой упаковке шоколадно-коричневого цвета с четко заметным названием RITTER SPORT шрифтом-курсивом.



1974 год – революция на рынке шоколада: Предприниматель Отто Риттер принимает смелое решение и вводит “Цветовую палитру”. Каждый сорт получает свой собственный яркий, радостный цвет упаковки. На рекламном плакате можно прочесть, кроме прочего, намек на еще молодой тогда цветной телевизор: “Все стало разноцветней, радостней, современной, активней – и шоколад вместе с ним”.



# RITTER SPORT

1976 год. “Трюк с надломом и подходящий для кармана формат”: изобретение рукавной упаковки с революционным элементом Knick-Pack – упаковки, которую легко открыть, надломив плитку, – полностью отличает RITTER SPORT от традиционного плиточного шоколада, и она быстро становится составной частью марки.

В 1982 году ассортимент расширяется: в дополнение к 100-г квадратам на рынок выходит Мини-шоколад. В 1999 году снова происходит обновление ассортимента: в него включается диетический шоколад четырех сортов с высококачественным заменителем сахара – мальтитом.

2004 год. Новое творение предприятия – самый маленький квадрат 6-ти лакомых сортов.

В апреле 2008 г. в ассортименте перечне появился био-шоколад от Ritter Sport.





# RITTER SPORT

Нынче шоколад Ritter Sport продается почти в ста странах по всему миру.

Ассортимент шоколада Ritter Sport постоянно обновляется, сейчас он насчитывает более 50 видов шоколада весом в 100 г, 250 г и 16,67 г (мини).

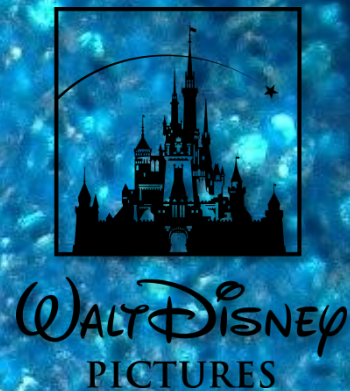
Шоколад Ritter Sport сегодня — это не просто отличный шоколад в удобной и практичной упаковке, имеющий вековую историю, это совокупность различных составляющих — от тщательного отбора высококачественного сырья и специализированной технологии его обработки до многолетнего опыта профессиональных сотрудников компании. Все говорит о том, что Ritter Sport — это не просто качественный, а гарантированно качественный шоколад.



4 июля 2012 года компания «Ritter Sport» отпраздновала свой 100-летний юбилей.



**16 октября 1923 года считается датой основания  
The Walt Disney Company. Первоначально  
компания называлась «Мультипликационная  
студия братьев Дисней».**



На логотипе киностудии  
замок Нойшванштайн  
(Германия)



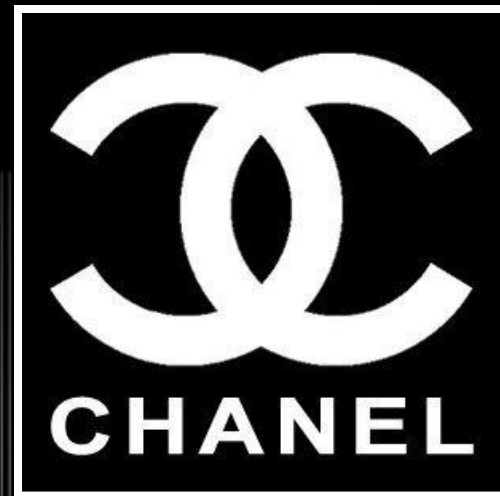
Замок Спящей  
Красавицы  
В Диснейленде

# Chanel

*Chanel (Франция)* — марка, которая не нуждается в представлении. Габриель «Коко» Шанель, основательница компании, по сей день является воплощением женственности, изысканности и невычурной роскоши.

Появившись в 1910 году компания Chanel находится на гребне модной волны. Знаменитые духи Chanel №5, ставшие визитной карточкой бренда Chanel, не сходят с верхних позиций парфюмерных хит-парадов уже несколько десятилетий.

Логотип бренда представляет собой сплетение между собой двух букв С. Впервые он был представлен в 1925 году на баночке духов «Chanel №5». В последствие логотип используется на всей продукции Chanel.





«Модный» бизнес Шанель начался в **1908** году, когда Коко открыла шляпную мастерскую. Шляпки от Шанель пользовались бешеной популярностью, но для Коко этого мало. Её мечта – собственная линия одежды.

В **1914** у нее уже было два бутика по продаже одежды, один в Париже, другой в Довилле.

В **1921** году Габриель открывает магазин в Париже, тогда же появляются духи Chanel №5.

В **1926** году Шанель впервые демонстрирует свое знаменитое «маленькое черное платье».

Ее имя известно уже далеко за пределами Франции, и ежегодно в мире продается около 30 тысяч моделей, в ее мастерских работает почти 4 тысячи человек. В Париже появляются магазины аксессуаров от Chanel. Бренд становится всемирно знаменитым.

К **1992** году Дом мод Chanel насчитывал 64 собственных бутика и 420 дилерских магазинчиков.

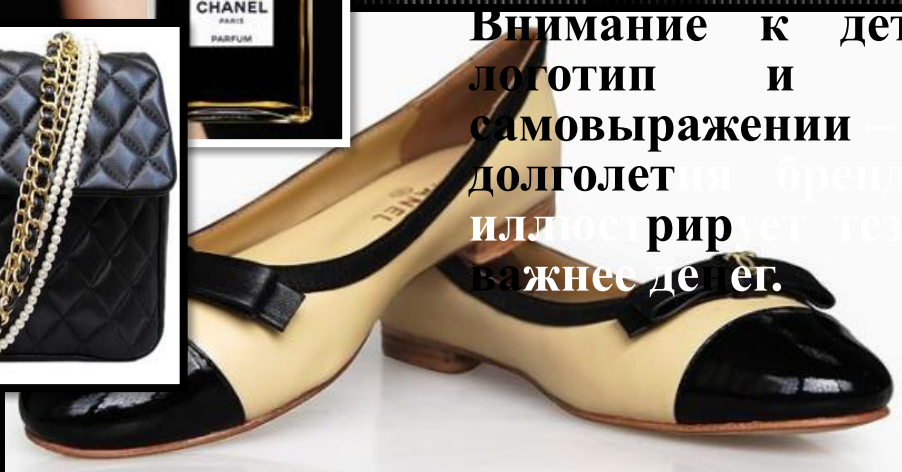


# В чем секрет долголетия Chanel?



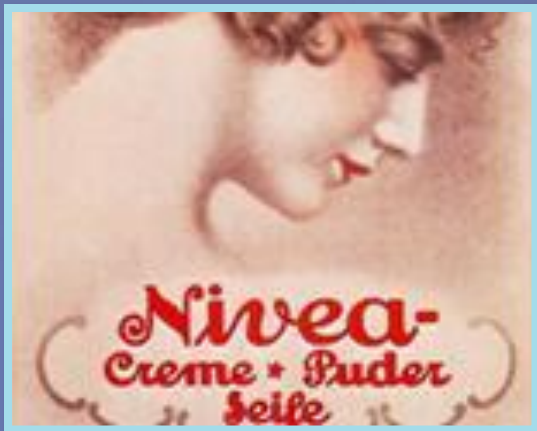
Необходимо быть современным, но никогда не быть простым зеркалом моды, мыслить не тенденциями, а сохранять свою индивидуальность.

Будучи широко известным, Chanel доступен лишь узкому кругу. Выстраивая свою репутацию и одновременно с этим строго ограничивая круг клиентов, Chanel удавалось создать вокруг себя атмосферу манящей таинственности и бесконечного обаяния в условиях жесткой конкурентной борьбы.



Внимание к деталям, неизменный логотип и независимость в самовыражении — вот одни из долголетий бренда. История Chanel иллюстрирует не только о том, что важнее денег.

# История бренда «Nivea»



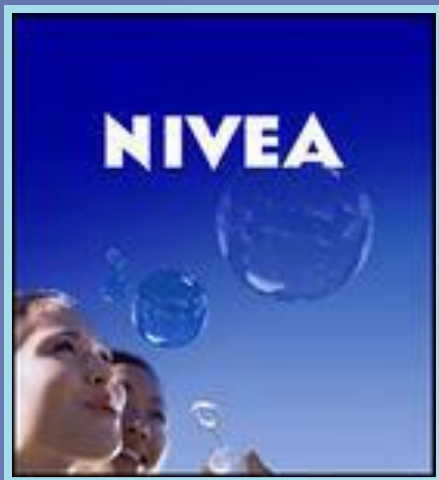
История компании NIVEA началась в 1911 году, когда владелец компании «Beiersdorf» О. Тропловиц вместе с фармацевтом И. Лившецом и дерматологом П. Унной разработали первый в мире увлажняющий крем для кожи длительного действия на основе водно – масляной эмульсии. Название нового бренда NIVEA произошло от слова «nivius», в переводе с латинского означающего «белоснежный».

Первая баночка NIVEA была причудливо оформлена согласно веяниям того времени. Подобный дизайн баночки соответствовал образу большинства женщин тех лет – хрупких, воздушных, изысканных. При этом чуть позднее появился более привычный нам вариант – круглая желтая баночка, которая эволюционирует и по сей день.



Бренд сразу же зарекомендовал себя, как женственный, хрупкий. Он олицетворял женщину того времени. Компания Beiersdorf активно давала рекламу, пытаясь всеми средствами продвигать свой товар. «Портрет женщины со звездами» - это был первый рекламный макет для Nivea.

В 1924 году произошли крупные изменения в самой продукции и стратегии ее продвижения. Именно тогда появилась хорошо всем известная синяя баночка с белой надписью «NIVEA Creme». Данная цветовая гамма символизировала солнечный свет со свежим воздухом. Крем теперь стал позиционироваться как универсальное средство для всей семьи. С тех пор кардинально баночка Nivea уже не менялась.





В 30-х годах прошлого века, компания, воспользовавшись возрастающей популярностью пляжного отдыха, наладила выпуск нового продукта – специального лосьона для загара, увлажняющего кожу. Новым маркетинговым ходом стала публикация погодных календарей с прогнозом погоды на ближайшие две недели, что символизировало возможность применения крема NIVEA в любое время года.

Далее в товарной линейке NIVEA появились такие продукты, как крем для бритья, пудра и шампунь. Сферу применения крема, оставшегося приоритетным продуктом, расширила добавленная на баночки надпись «Для дома и спорта».



В 60-х годах, когда красивый загар становится символом здорового образа жизни компания еще больше укрепляет свои позиции в качестве эксперта по уходу за кожей. Десятилетие спустя начинает возрастать конкуренция в косметическом бизнесе. Компания «Байерсдорф» запускает новую рекламную кампанию, доказывающую высокое качество и эффективность кремов NIVEA, универсальность которых выражается в существовании дневного, ночного, увлажняющего и защитного видов.

В 80-е годы компания выходит со своей продукцией на новые рынки сбыта, а также выпускает новые линии продуктов, такие, как декоративная косметика и средства для волос, преимуществами которых по-прежнему остаются высокое качество и приемлемые цены.



Бренд NIVEA, постоянно расширяя направления своей деятельности, становится одной из крупнейших в мире марок по уходу за кожей. Продукция NIVEA пользуется популярностью во всем мире, рынок сбыта компании включает в себя 150 стран.



# Pringles



1968



1970



2001

Появились в 1968 году. Тогда они назывались Pringle's Newfangled Potato Chips («Новомодные картофельные чипсы Прингла») (до 1975 года). Их рецепт придумал Александр Лиена, химик по профессии. Легенда названия гласит, что оно было взято из телефонного справочника. Люди в компании замучившись придумывать название наткнулись в нем на название улицы Pringle Drive, что находится в городке Цинциннати, что в Огайо, США. Согласно той же легенде, название понравилось им настолько, что решено было сделать его именем нового продукта. Есть и другая теория — чипсы назвали в честь Марка Прингла (Mark Pringle), что в 1937 году предложил новый способ обработки картофеля.

В 1970 году компания Procter & Gamble впервые выпустила чипсы в высокой цилиндрической банке с изображением усатого пекаря Джулиуса Прингла. Первую металлическую банку Pringles придумал инженер-химик Фред Бор.



- То, что производится под этим брендом, обычно называют чипсами. Но это не совсем верно, эту продукцию правильнее называть неуклюжей формулировкой «легкая картофельная закуска».
- В 2009 году World's Food назвал Pringles самыми популярными картофельными чипсами в мире.



В 1926 году в южной части Швеции, появился на свет будущий предприниматель и один из богатейших людей мира Ингвар Кампрад. Его дед, а затем и бабушка владели собственной фирмой ещё в 1897 году.





Кампрад взял первую и последнюю ссуду, которую он брал в своей жизни. На эти деньги, он выписал из Парижа авторучки, самый модный и раскупаемый товар.

Фирма поставщик потребовала от дистрибьютора зарегистрировать для продажи их товара собственное предприятие. Отец помог юному бизнесмену с бумагами, в которых говорилось о создании новой компании под названием «ИКЕА». Оно расшифровывается как «Ingvar Kamprad Elmtaryd Agunnaryd», то есть имя и фамилия самого основателя компании, название фермы его отца (Эльмтарюд) и церковного прихода Агуннарюд, где жил и вырос глава будущей крупнейшей в мире корпорации.

1943 год – год открытия фирмы. Товары компании Ингвар стал отправлять почтой, добавляя к основному товару, ручкам и спичкам, разные канцелярские мелочи, средства от комаров, карманные бумажники и нейлоновые чулки для дам.

Спустя пару лет, когда дела в фирме шли хорошо, имелась стабильная прибыль, Кампрад решает размещать рекламу товаров своей фирмы в местных газетах.

В 1948 году Ингвару Кампраду приходит мысль заняться торговлей мебели, что в дальнейшем и составит основную прибыль корпорации. Разузнав, где можно приобрести самую дешёвую мебель, Ингвар договаривается с мелкими мебельными производителями. В ассортименте его магазина появляется две модели – кофейный столик и кресло без подлокотника. Кресло Кампрад назвал «Рут». С тех пор, у каждой вещи в магазине было свое имя. Звучащие на шведский манер названия товаров, продаваемых в ИКЕА, придумывал сам владелец компании, из-за его неспособности запоминать числовые артикулы.



Кампрада стал распространять небольшую брошюру, которая носила название «Новости ИКЕА». Именно эта брошюра стала прообразом современного каталога ИКЕА. Он заказывает на местных мебельных фабриках дешёвые модели. Уже тогда он пришел к своей знаменитой формуле: «Чем продать 60 стульев по высокой цене, лучше снизить цену и продать 600 стульев».

В начале 50-х годов Ингвар Кампрад приобретает старый заводик в Швеции, что позволило поставить на поток производство ещё более дешёвой мебели для своих магазинов. Шаг за шагом Ингвар сокращал издержки компании.

Отказ от доставки мебели на дом снизил цены на и так не дорогую продукцию. Для удобства покупателей мебель сделали сборной, комплекты снабдили доступными и понятными инструкциями.

Следующим пунктом стал дизайн. Один из сотрудников ИКЕА , открутившего ножки своему столу, чтобы уместить его в багажнике своей машины, натолкнул Кампрада на идею выпускать сборную мебель и снизить затраты на транспортировку.

Совершенно случайно, компания ИКЕА нашла формулу успеха, которая обеспечила прибыль корпорации на многие годы. Магазин-склад, именно то, что необходимо современному покупателю.

На этом история бренда ИКЕА не закончилась. Возникла необходимость открывать магазины не только у себя на родине, но и за рубежом.

На сегодняшний день бренд ИКЕА – самый крупный продавец мебельной продукции во всём мире. У компании 237 магазинов в 35 странах и регионах. Её принцип работы до сих пор основан на продаже недорогой мебели, которую можно собрать без помощи специалистов. Каталог, выпускаемый каждый раз объёмом почти в 400 страниц, изобилует не только товарами, но и идеями – как эти товары сочетать в интерьере. Каталог ИКЕА занимает третье место по тиражу в мире, после Библии и «Гарри Поттера».





# Kinder Chocolat

«Киндер шоколад. Больше молока, меньше какао!»

Шоколад Kinder Chocolate выпускается итальянской компанией Ferrero, история которой началась в 1946 году. Сначала это была простая кондитерская лавка, однако, уже через десятилетие это было солидное предприятие, открывшее первое отделение в Германии и сразу завоевали доверие мам и любовь детей во всем мире. В настоящий момент Ferrero – крупный международный холдинг, объединяющий 38 торговых компаний с общим годовым оборотом \$7 млрд. В России продукция Ferrero появилась в 1995 году. Тогда же компания когда открыла свое представительство.

Первоначально Kinder Chocolate завозился в страну, но по мере развития бизнеса потребности рынка увеличились. Сейчас шоколад этой марки производится на собственной фабрике компании во Владимирской области.

Kinder Chocolate – это созданный специально для детей шоколад высшего качества с высокой долей молока и молочной начинкой.

С появлением новых возможностей для развития, создатели KINDER® продуктов разработали инновационную технологию, позволяющую им сохранять в продукте еще больше молока. Так был создан KINDER® МОЛОЧНЫЙ ЛОМТИК. Сейчас в Германии продажи только этого продукта составляют 22.5 тысячи тонн в год.

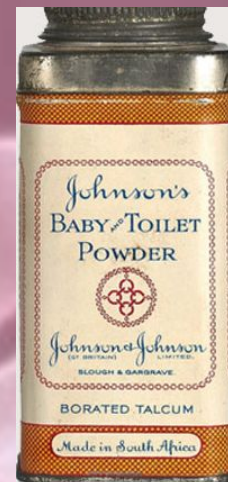
Позднее появились KINDER® ПИНГВИ, KINDER® МАКСИ КИНГ и другие продукты категории «современных снеков из молока» с неповторимым вкусом.

После успеха в Германии, Италии, Австрии, Венгрии и других странах их стали продавать в Восточной Европе.

На российском рынке эти продукты появились в 2002 году. С каждым годом объемы продаж стремительно растут. Особенно дети полюбили KINDER® МОЛОЧНЫЙ ЛОМТИК и KINDER® ПИНГВИ. Теперь каждая мама может добавить в рацион своего ребенка вкусный и полезный продукт.



# Johnson & Johnson



*Johnson & Johnson — американская компания, крупный производитель косметических и санитарно-гигиенических товаров, а также медицинского оборудования.*



# Детская косметика Johnson`s Baby

- ✓ 300 проверок на безопасность
- ✓ нет Больше Слёз
- ✓ Клинически проверенная мягкость



# Продукция

- ✓ Уход за детьми
- ✓ Уход за кожей
- ✓ Безрецептурные препараты
- ✓ Уход за полостью рта
- ✓ Женская гигиена
- ✓ Пластыри
- ✓ И другое



**Adidas** — германский промышленный концерн, специализирующийся на выпуске спортивной обуви, одежды и инвентаря. Генеральный директор компании — Герберт Хайнер. В настоящий момент компания ответственна за дистрибуцию продукции компаний Adidas, Reebok, Rockport, Y-3, RBK & CCM Hockey, а также Taylor-Made Golf. Вскоре после Первой мировой войны, в начале 1920 Дасслеры на семейном совете решили организовать семейное дело — пошив обуви.

Первой продукцией семьи Дасслер были домашние тапочки и ортопедическая обувь для тренировок спортсменов — инвалидов (которых было много после войны). Материалом для них служило списанное военное обмундирование, а подошвы вырезали из старых автомобильных покрышек. К производству подключился и старший брат Адольфа, Рудольф. 1 июля 1924 г. основана «Обувная фабрика братьев Дасслер». Дасслеры арендовали для своей фабрики целое здание, увеличили штат до 25 человек, а производство — до 100 пар обуви в день. Позже Дасслеры выкупили эту фабрику.

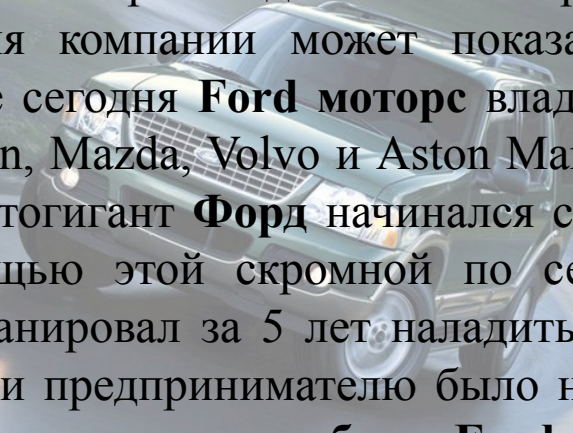




На Олимпийских играх — 36 в Берлине американский бегун Джесси Оуэнс в обуви «Дасслер» завоевал четыре золотые медали и установил пять мировых рекордов. Продажи «Фабрики братьев Дасслер» превысили 400 000 немецких марок. Открывается вторая фабрика Дасслеров в Херцогенаурахе. Всего их предприятие производит ежедневно 1000 пар обуви. Весной, вскоре после смерти отца, братья расстаются вследствие ссоры. Рудольф забрал себе одну фабрику, а Адольф — другую. Они условились не использовать название и символику семейного предприятия. Ади назвал свою фирму Addas, а Руди свою — Ruda. Но уже через несколько месяцев Addas превращается в Adidas (аббревиатура от Ади Дасслер), а Ruda — в Puma. Так прекратил существование всемирно известный в то время бренд — Dassler. Адольф нарушил договор о неиспользовании символики «Фабрики Дасслеров». Он взял две полосы с эмблемы Dassler, пририсовал к ним третью и запатентовал получившиеся как символ «Адидаас». Это произошло 18 августа 1949 года.



История любой автомобильной компании – это история успеха. Независимо от количества кризисных периодов и неудачных моделей, сам факт существования на рынке с такими жесткими условиями конкуренции дольше 70 лет говорит очень о многом. С этой точки зрения одним из величайших автопроизводителей по праву можно назвать **Ford Motors**. История компании может показаться даже несколько фантастической. Уже сегодня **Ford моторс** владеет такими известными марками как Lincoln, Mazda, Volvo и Aston Martin. Трудно поверить, что монструозный автогигант **Форд** начинался с капитала в 150 тысяч долларов. С помощью этой скромной по сегодняшним меркам суммы Генри **Форд** планировал за 5 лет наладить выпуск 19 моделей машин. Амбициозности предпринимателю было не занимать, особенно с учетом того, что **на новые автомобили Ford цены** были отнюдь не низкими. Дело в том, что позиционировались они как люксовые, поэтому **купить** продукцию **Ford** мог лишь малый процент населения. На стабильный ежегодный доход рассчитывать не приходилось. Расширить целевую аудиторию означало начать **продажу Ford** менее состоятельным слоям граждан. После разработки дизайна, **Ford** организовал конвейерную сборку.

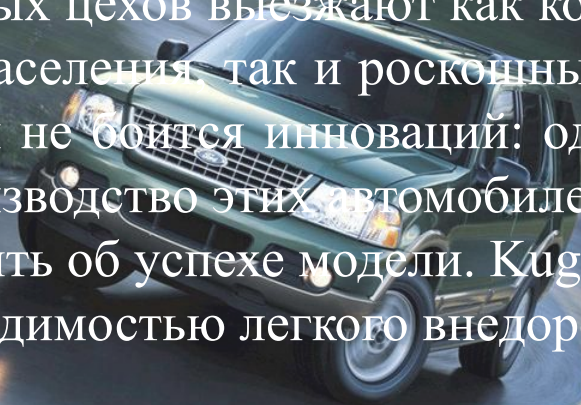




В 1909 году на нью-йоркском **автосалоне Ford** продемонстрировал модель **Ford T**. Она пусть и не была в полной мере революционной с технической точки зрения, но благодаря хорошему качеству сборки и приемлемой **цене** этот **Ford** стал причиной настоящего бума на автомобильном рынке. Достаточно сказать, что суммарный «тираж» **Ford T** был равен 15 млн штук, а у **официальных дилеров Ford** клиентов было так много, будто продавали вовсе не транспортные средства, а **алюминиевые ведра**. Необходимость расширять производство **Генри Форд** воспринимал со всей ответственностью. В периоды мировых войн компания участвовала едва ли не во всех сегментах оборонной промышленности. Помимо **автомобилей Ford** был занят в постройке подводных лодок, танков и даже авиации. Безупречная репутация компании **Ford** подверглась резким нападкам якобы за содействие нацистскому режиму. Помимо этих политических проблем автоконцерн столкнулся и с экономическими сложностями. **Подержанные автомобили Ford** выработывали свой ресурс, новые модели стали менее привлекательными по причине морального устаревания. В качестве эффективной меры борьбы с конкуренцией на ежедневно растущем рынке внук **Генри Форда**, к которому перешло руководство компанией, принял решение о децентрализации концерна **Ford**. Таким образом было открыто финансовое подразделение и фирма по производству комплектующих частей.



Об успешности столь кардинального решения можно судить сегодня, когда **Форд** стала одной из крупнейших корпораций, среди направлений деятельности которой автомобильное производство занимает лишь одно из главных мест, но далеко не единственное. Успешно выдержав бой с Chevrolet за покупателей, американский автопроизводитель заявил о себе в каждом сегменте рынка. Из его сборочных цехов выезжают как компактные автомобили, популярные у всех слоев населения, так и роскошные купе, не говоря уже о внедорожниках. Компания не боится инноваций: одной из ее последних моделей является Kuga. Производство этих автомобилей начато в 2008 году, а сегодня можно смело говорить об успехе модели. Kuga сочетает в себе динамику городского авто с проходимостью легкого внедорожника.







**Спасибо за  
внимание!**