



SJeans

Підготували:

Осипова Оля и Титенко Виктория

Цель проекта:

- 1) Создать бренд
- 2) Создать под брендом продукт
- 3) Освоить технологию создания бренда
- 4) Выбрать способы продвижения бренда

Логотип

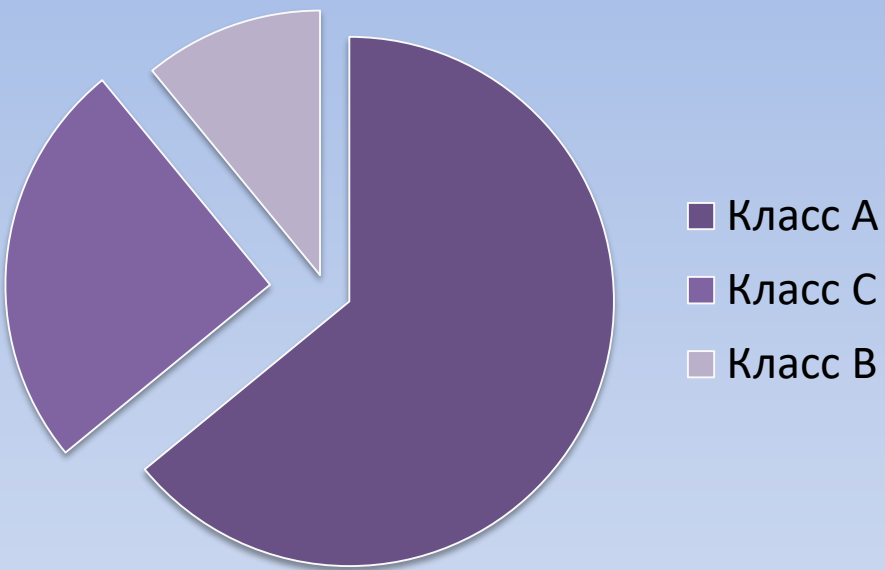


BRAND EQUITY

Миссия бренда	Придать женщинам уверенности в их привлекательности, избавление от комплексов.
Позиционирование бренда	Доступный для людей А,В классов(несмотря на стоимость смотрятся дорого, прилично и богато)
Характер бренда	Уверенный, привлекательный, дерзкий
Какие преимущества предлагает бренд? POD- точки отличия, POP-точка паритета, POAI- не наше направление, HLB- эмоциональное преимущество бренда.	1 Рациональное преимущество бренда: POD-Скорректировать формы ног и бедер(там, где не хватает- нарастить, там, где много- ужать) POP- Не сковывает движения. POAI- Мы не выпускаем продукцию UNI-sex и одежду для мужчин. 2 HLB-Лучше выглядеть, привлекать внимание противоположного пола, разбудит интерес даже у невнимательных мужчин.
Целевая аудитория С кем мы разговариваем?	Девушки и женщины с уровнем дохода А и В, в возрасте 20-35

Сегментирование аудитории

ДОХОД



ВОЗРАСТ



Комплекс маркетинга (4P)

PRODUCT	PRICE
Ткань: Натуральные ткани с добавлением уникально разработанных нитей. Обладает эластичностью, не затрудняет движения, впитывает влагу и пропускает воздух. В основе лежит технология изготовления космической промышленности. Джинсы изготовлены вручную, по новым технологиям. У нашей продукции расширенная цветовая гамма, высокое качество и низкая цена.	7000р
PLACE	PROMOTION
Интернет-магазины, шоу-румы.	Digital реклама, POS материалы

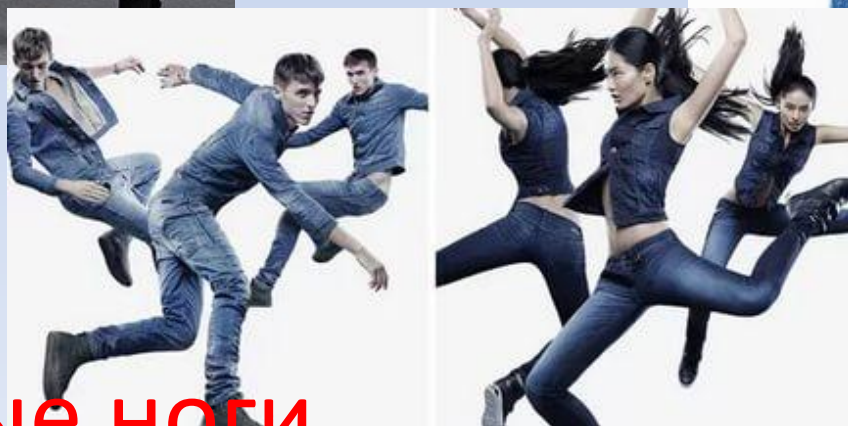
Наш продукт



Promotion



#смотринаменя



#стройные ноги

Спасибо за внимание!!!