

**BRAND
YOUR
BUSINESS.**

С 2006 года мы успели:

- Стать лидером в СФО и войти в топ-15 брендинговых агентств России
- Реализовать более **500 проектов**
- Создать проекты для **57 регионов России**
- Выйти за пределы РФ и запустить продукты клиентов **в странах СНГ и Азии**
- Стать надежным партнером – **89% клиентов** остаются с нами после первого заказа

абкр

Ассоциация Брендинговых
Компаний России

Что такое маркетинг

- « Система управления организацией, основанная на принципе: зарабатывать деньги через поиск и удовлетворение потребностей людей

Маркетинговая стратегия



Хорошую маркетинговую стратегию отличают:

- четко определенный рынок
- соответствие преимуществ компании потребностям рынка
- превосходящие показатели компании в основных сферах деятельности, за которые идет конкурентная борьба

Вместе эти три «К», составляют треугольник стратегии маркетинга.

Бренд-портфель



Пробиотические
кисломолочные
продукты
Мотив: здоровье



Пробиотические
кисломолочные
продукты
с бифидобактериями
Мотив: здоровье



Кисломолочные
продукты
Мотив: правильное
питание



Линейка
йогуртов
Мотив: здоровье



Молочные напитки
на сыворотке
с соком
Мотив: быть в тренде



Молочные
десерты
Мотив: удовольствие



Молочные
коктейли для детей
от 3-х лет
Мотив: лакомство



Молочные продукты
Мотив: экономия



Молочные
продукты
Мотив: для
всей семьи



Детское питание
от 6 месяцев
Мотив: забота
о ребенке



Детское питание
от 3-х лет
Мотив: лакомство
для ребенка



Напитки на
растительной основе
Мотив: здоровье



Сливки
Мотив: профессиональная
готовка

Бренд-портфель



Что такое сбалансированный
бренд-портфель компании?

Что такое позиционирование?

- « Привлекательно сформированный образ марки в сознании потребителей, который отражает основное отличие марки от товаров-конкурентов

Даниссимо

Нежная текстура,
премиум ингредиенты
и щепотка нашего
мастерства.

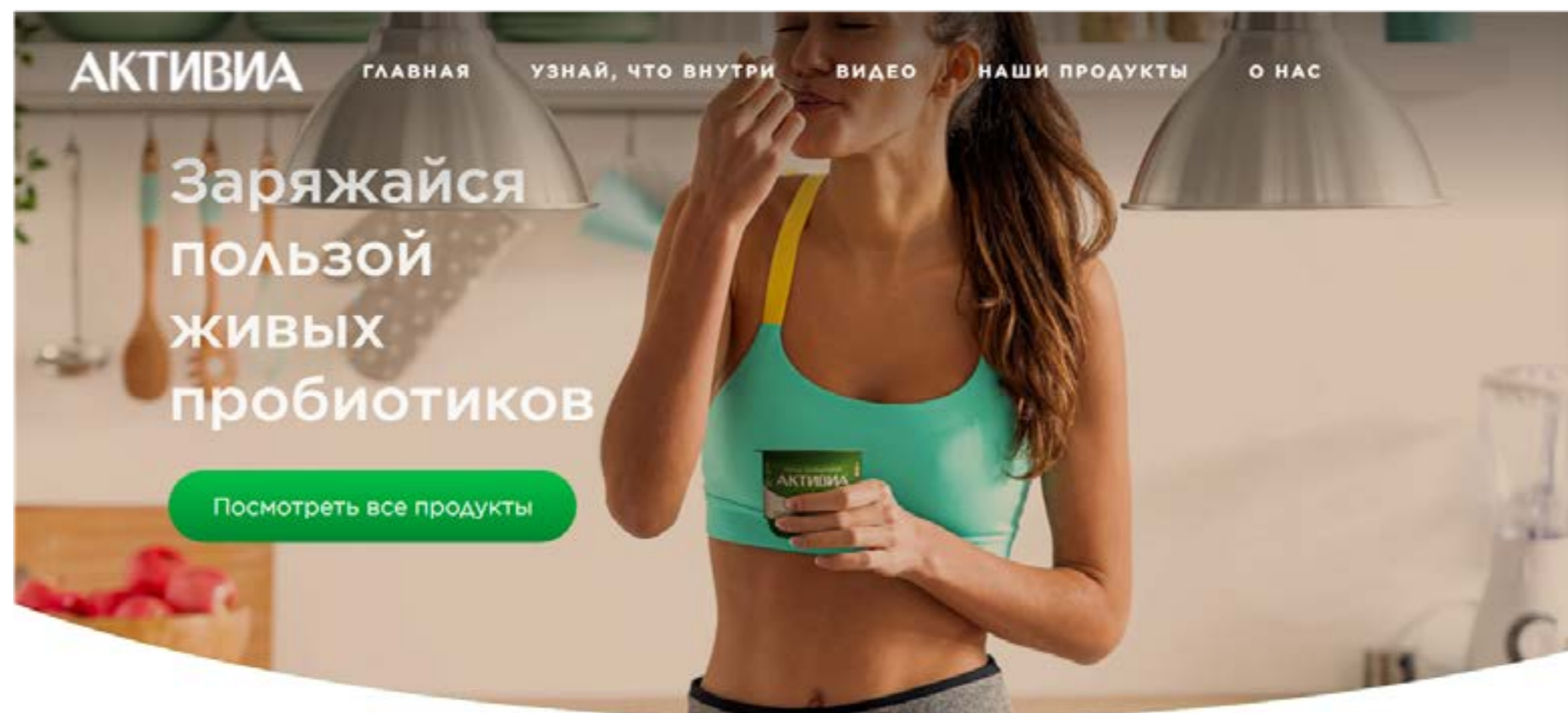
Атрибут: удовольствие.



Активиа

Комфортный способ
регулярно заботиться
о микрофлоре кишечника.

Атрибут: польза.



Простоквашино

Производитель натуральных продуктов из молока с пятизвёздочных ферм.

Атрибут: вкус/натуральность.



Растишка

Кисломолочные продукты для детей из натуральных ингредиентов и дополнительно обогащенные кальцием и витамином Д, которые способствуют укреплению костей и здоровому росту ребенка.

Атрибут: польза.



Актуаль

Уникальные сочетания,
микс яркого вкуса и пользы
витаминов, минералов
в одной упаковке.

Атрибут: вкус.



Бренд-портфель



Натуральные
молочные продукты



Обогащенные
витаминами сладкие
кисломолочные
продукты



Молочные десерты



Молоко, обогащенное
витаминами

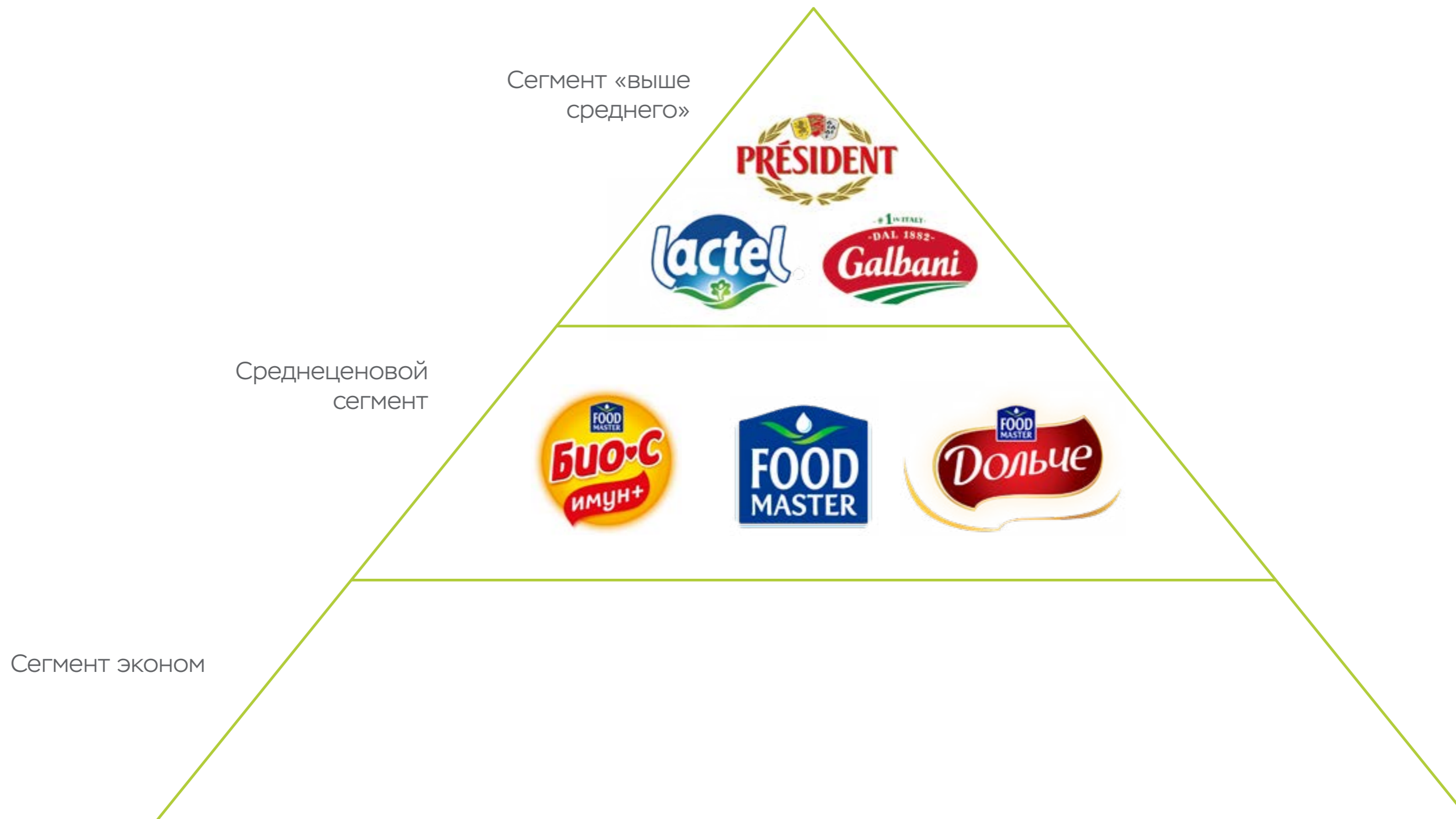


Молочные продукты
и сыры



Итальянские сыры

Бренд-портфель



Food Master

Продукты, произведенные из натурального сырого молока самого высокого качества. На упаковке используется образ мамы с ребенком.

Атрибут: семья.



Дольче

Изысканные десерты, которыми можно себя побаловать.
Крупные кусочки фруктов, нежная консистенция, неповторимый вкус.

Атрибут: удовольствие.



Lactel

Молоко Lactel обогащено витамином D, который помогает лучше усваиваться кальцию в костях. Это способствует росту детей и здоровью всей семьи.

Атрибут: здоровье.



Анализ конкурентов в Караганде

Республиканские производители

- единый стиль верстки
- чистый и понятный дизайн

Региональные производители

- дизайн перегружен большим количеством элементов
- не соблюдается преемственность между SKU, продукты выглядят дешево и разрозненно

Многие производители пренебрегают указанием на упаковке рациональных преимуществ.



Ребрендинг Amiran



было

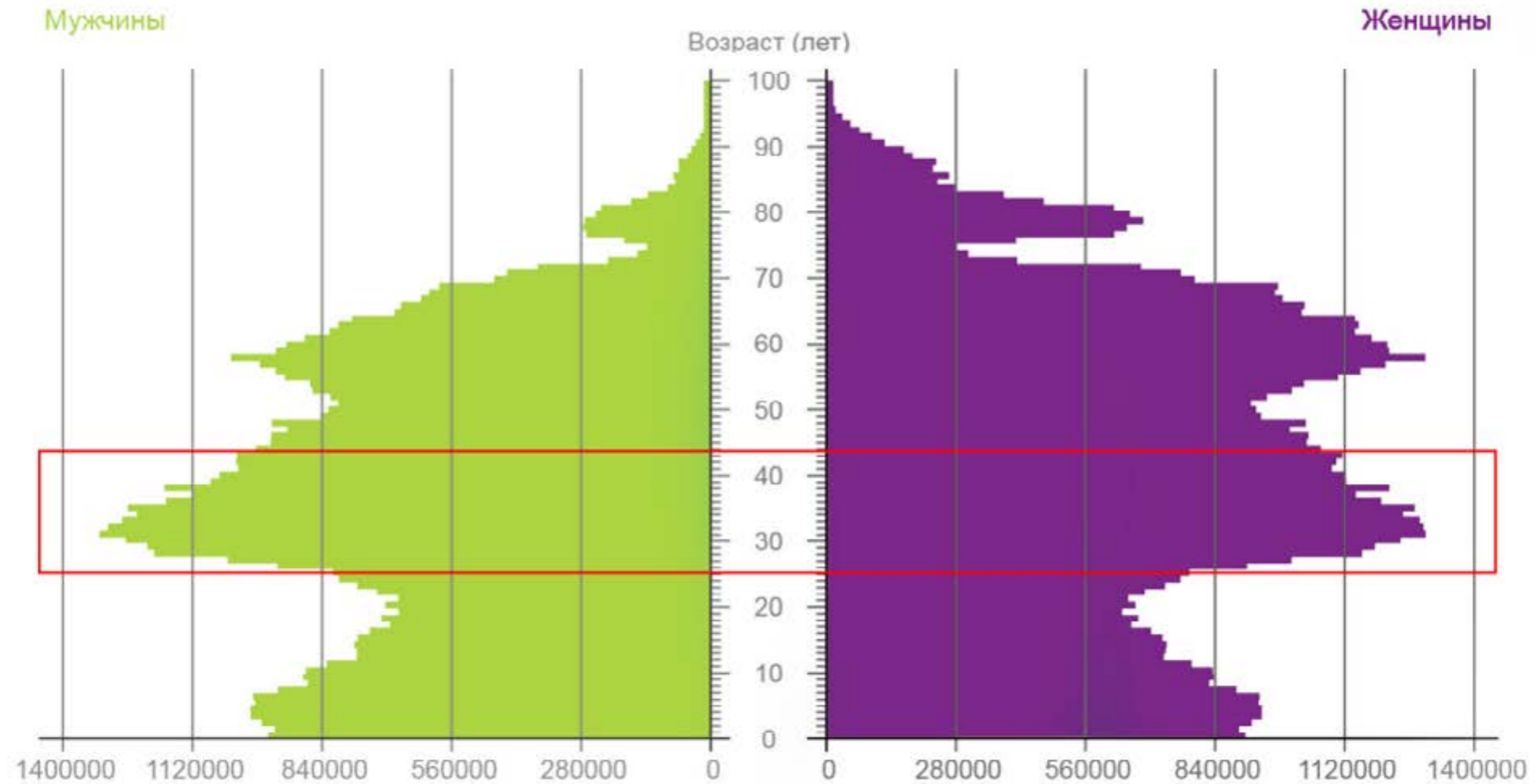


стало



Анализ потребителя

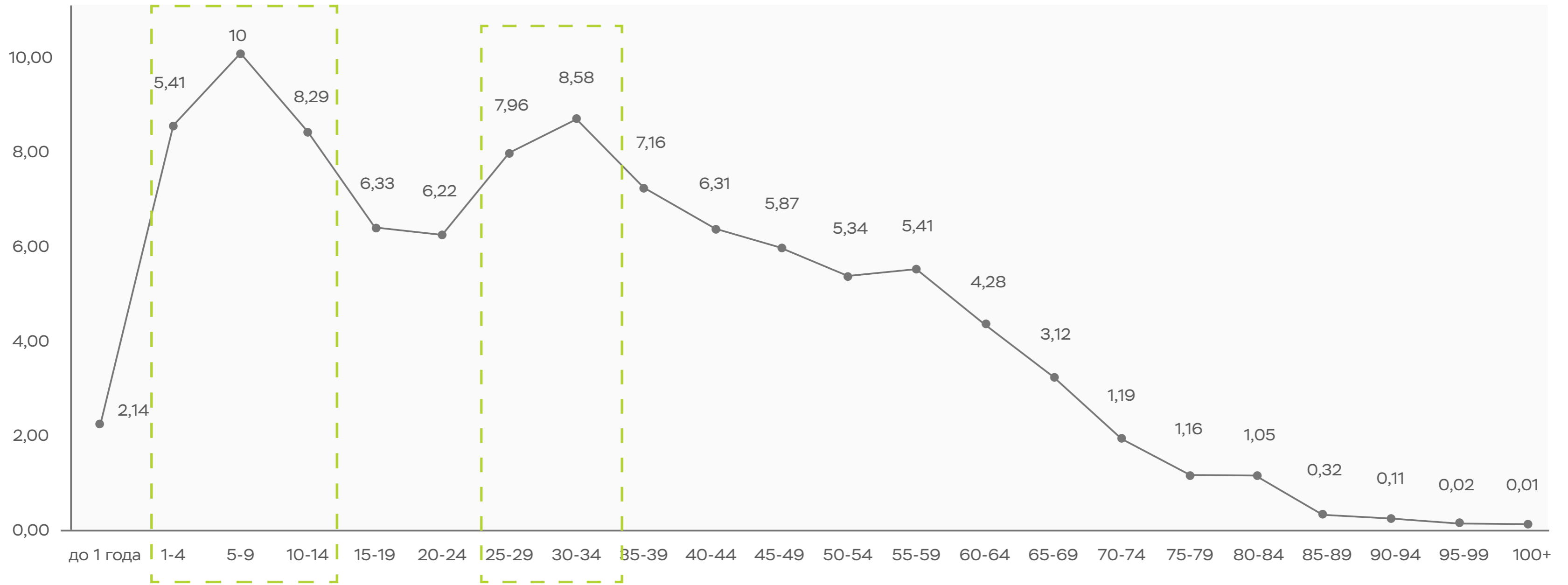
Население России по полу и возрасту на 2021 г.



Численность население соответствующего возраста

Население Казахстана

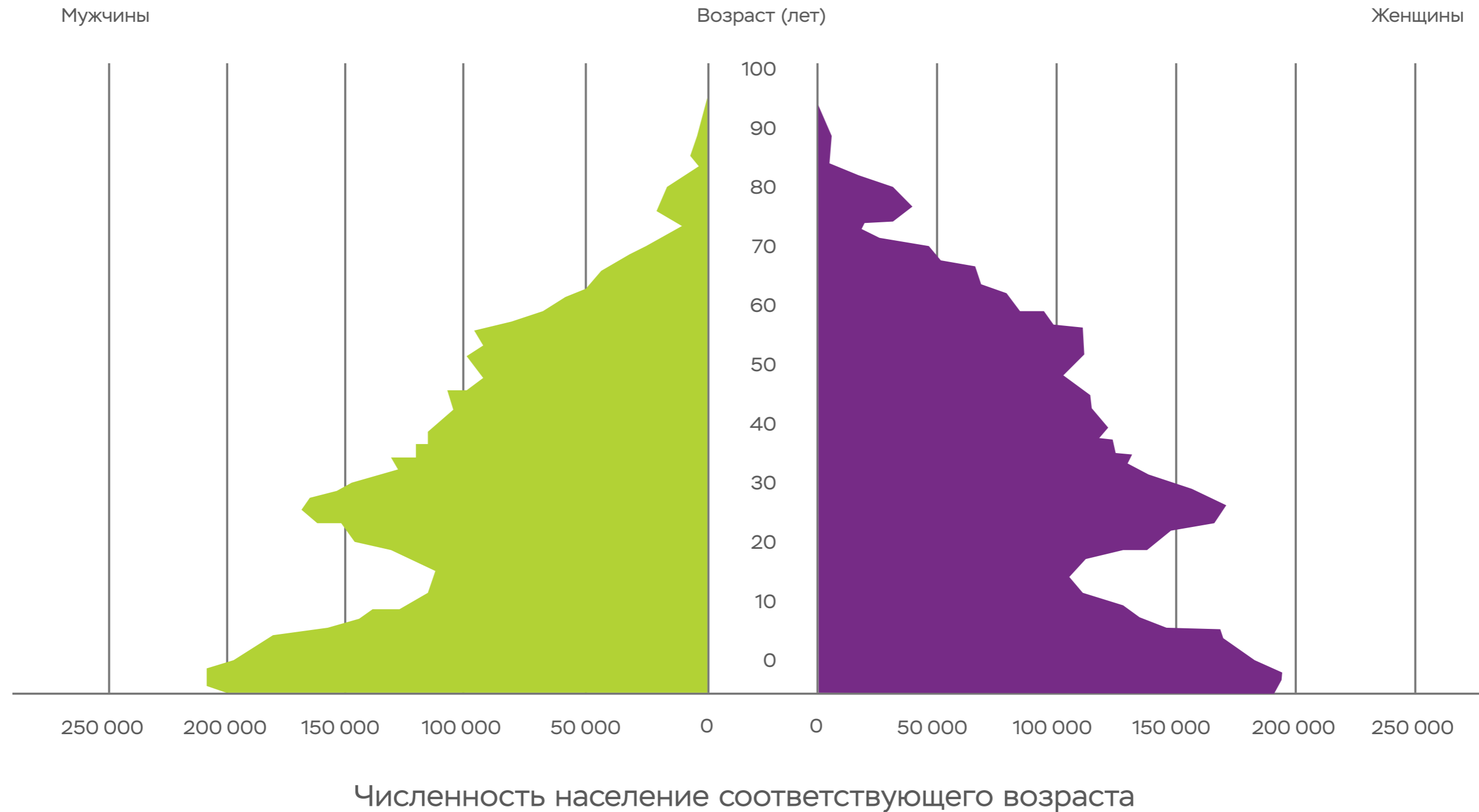
Численность населения Казахстана по возрастам, 2021, в %



Численность население соответствующего возраста

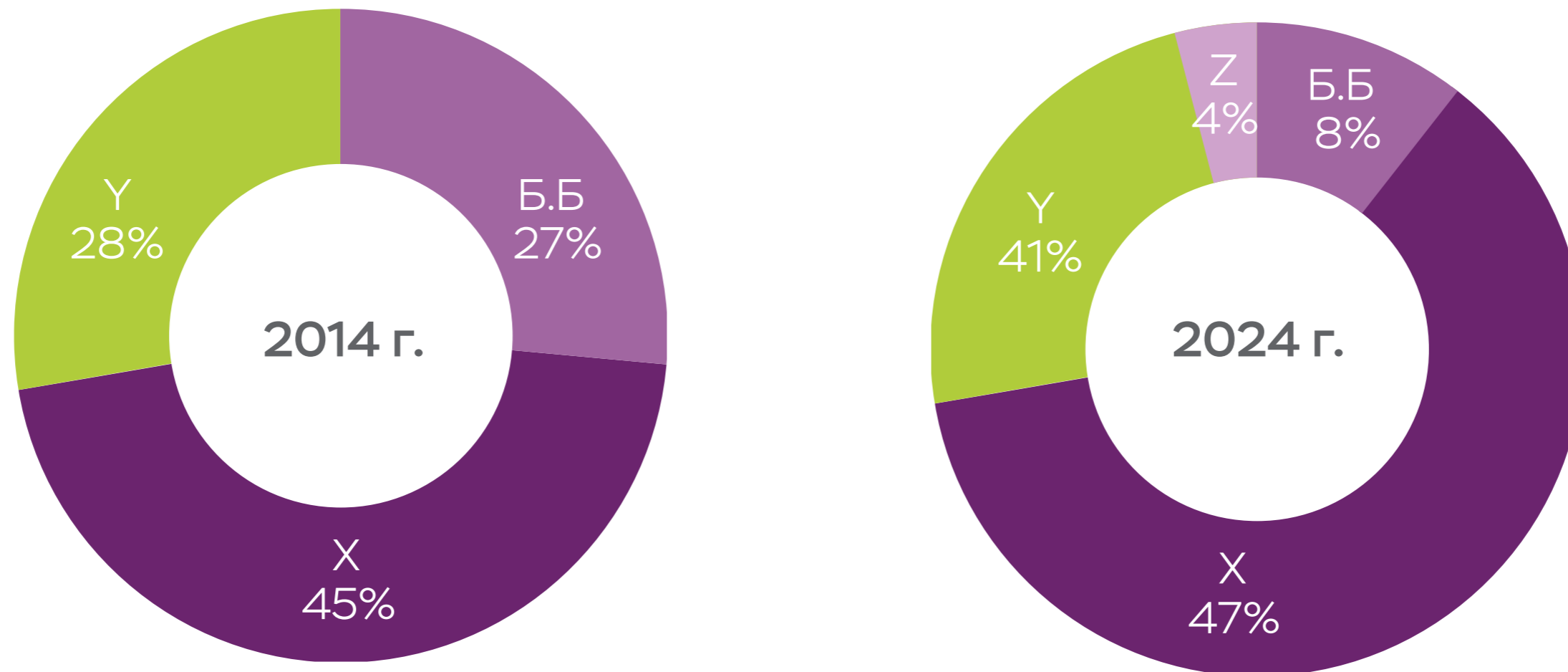
Анализ потребителя

Население Казахстана по полу и возрасту на 2021 г.



Смена поколений

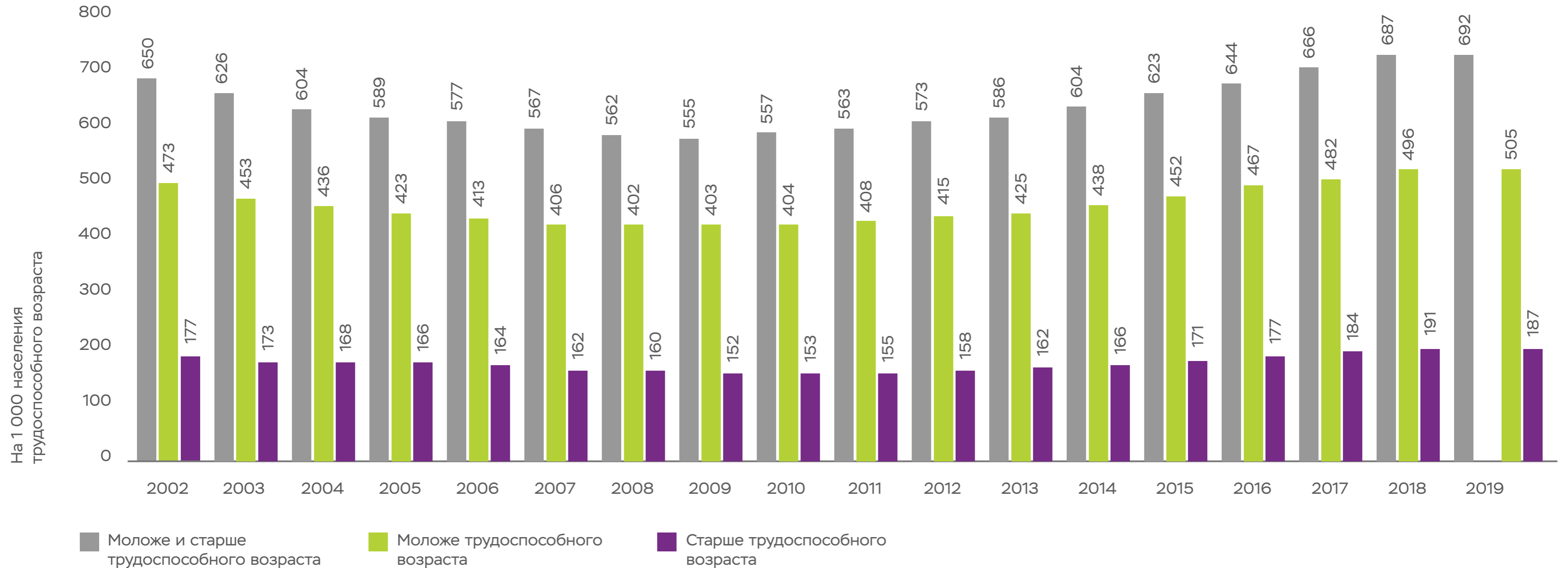
Распределение поколений в трудоспособном населении РФ



Поколение	Год рождения	Возраст на 2021 год
Бэби-бумеры	1944 - 1963	58-77 лет
Х	1964 - 1983	38-57 лет
Y	1984 - 2000	21-37 лет
Z	2000 - 2020	0-20 лет

Смена поколений

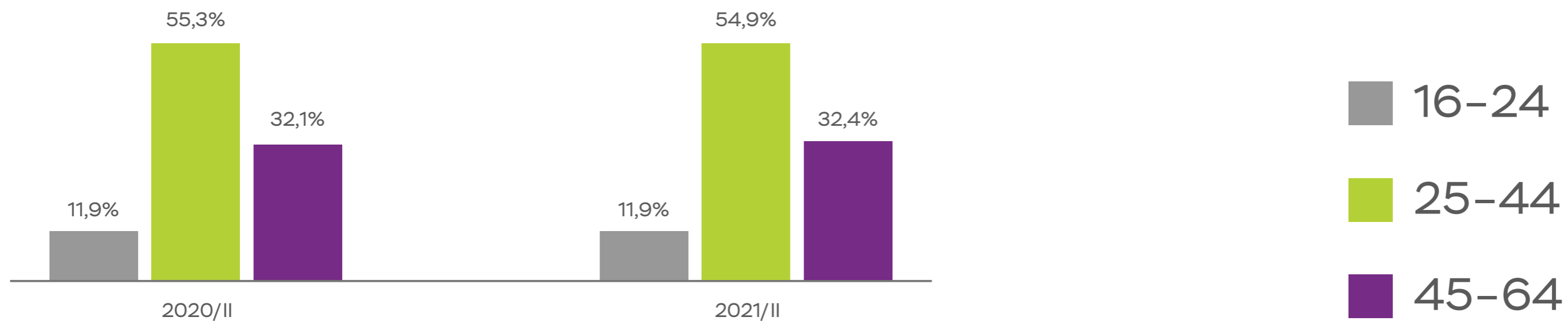
Коэффициент демографической нагрузки в Республике Казахстан в 2002–2019 годах
(численность лиц моложе и старше трудоспособного возраста на 1 000 населения трудоспособного возраста)



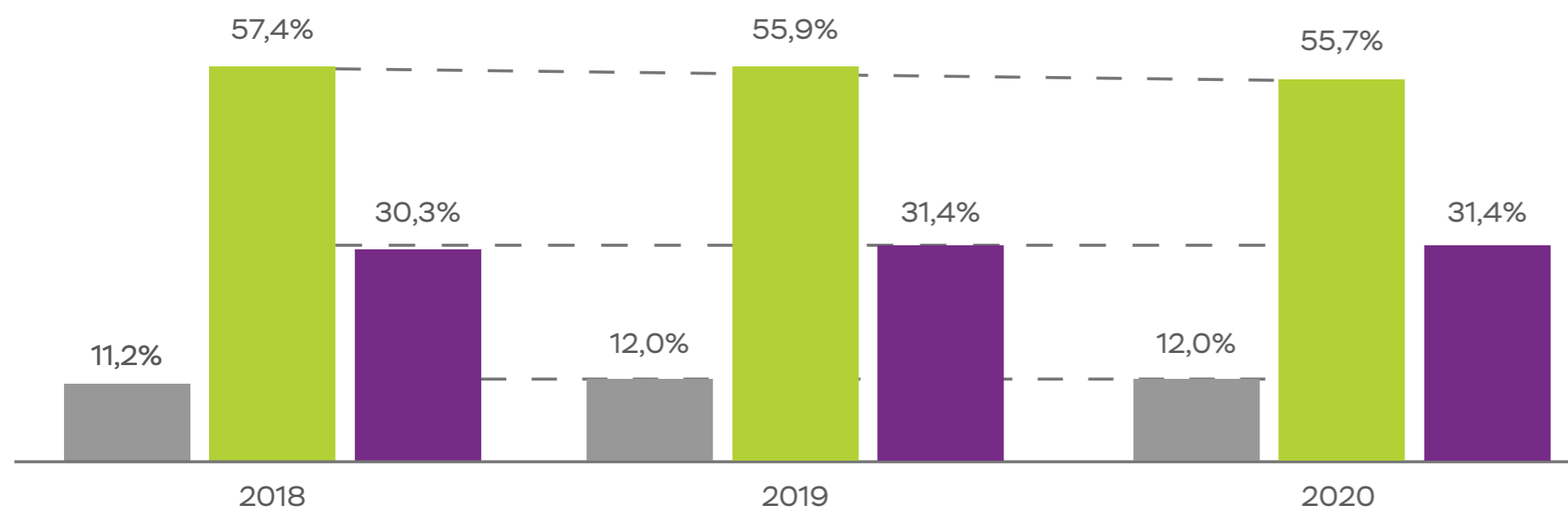
* По данным Министерства национальной экономики Республики Казахстан и Комитета по статистике и ЮНФПА

Распределение занятого населения РК по возрастам

Данные по итогам полугодия



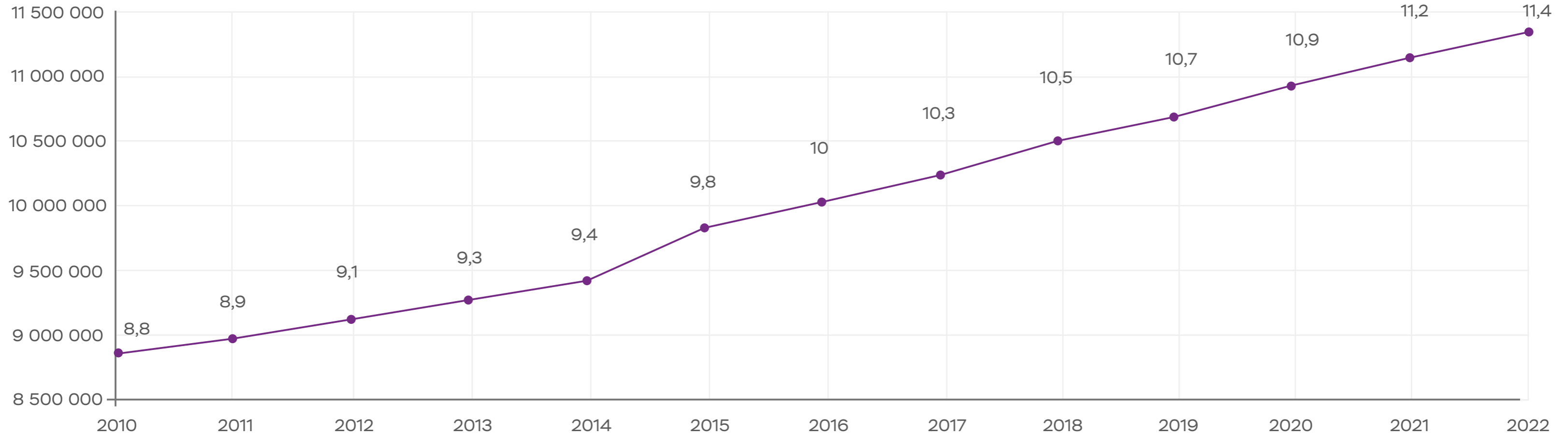
Многолетняя динамика



* Источник: Бюро национальной статистики АСПир РК

Урбанизация в Казахстане

Динамика городского населения, тыс. чел.



Год от года численность городского населения растет.

Доходы населения Казахстана

Динамика денежных доходов населения в Казахстане



■ Денежные доходы с поправкой на индекс потребительских цен ■ Денежные доходы ■ Уровень цен

Реальные денежные доходы (с учетом изменения цен на товары и услуги) за 2021 год снизились на 4,1%.

Цены на продовольственные товары повысились на 9,9%.

Цены на непродовольственные товары выросли на 8,5%.

Платные услуги подорожали на 6,5%.

* По данным Nur.kz <https://www.nur.kz/nurfin/economy/1953759-kak-izmenilis-dohody-naseleniya-i-tseny-na-tovary-i-uslugi-v-kontse-2021-goda-v-kazahstane/>

Аналитика

- Открытые источники
- Отчеты продаж сетей
- Внутренние отчеты продаж клиента
- Качественные и количественные исследования

Наши исследования показали

В Казахстане есть свои национальные особенности:

- Другое потребление молока
- Другая жирность продукта
- Нет разделения полок
- Другое отношение к ультрапастеризованному продукту
- Другая граммовка продукта в масле

Результаты качественных исследований (Алма-Ата)

Драйверы покупки сметаны

Покупатели эконом-класса (женщины 25–45 лет)	Покупатели мидл-класса (женщины 30–45 лет)
Не кислая Густая, не жидкая Равномерная консистенция Без комочков Без отделения воды Прочный стаканчик Крышка плотно закрывается Соотношение цены и качества	Не кислая Густая Проверенная марка Стильная/качественная упаковка Качественная реклама

Результаты качественных исследований (Алма-Ата)

Драйверы покупки сливочного масла

Покупатели эконом-класса (женщины 25–45 лет)	Покупатели мидл-класса (женщины 30–45 лет)
<ul style="list-style-type: none">Желтоватый (не белый) цветЗапах маслаПергаментная упаковкаНе растекается, держит формуВ составе натуральные сливкиВысокая (не низкая) ценаСрок годностиВысокая жирностьГеометрический рисунок (как в советское время)	<ul style="list-style-type: none">Цена (не низкая)Отсутствие привкусовСливочный (не белый) цвет

Результаты качественных исследований (Алма-Ата)

Характеристики ТМ «Президент»

Покупатели эконом-класса (женщины 25–45 лет)	Покупатели мидл-класса (женщины 30–45 лет)
Не качественная пластиковая крышка Тонкий пластик, хрупкий, ломается Кисловатый вкус Отслаивается, образуется вода Качество стало хуже (экономят) Дорогая	Яркая профессиональная упаковка Нет ничего лишнего Качественная реклама Есть высокая жирность

Потребители эконом-сегмента

Они имеют завышенные требования к продукту, поскольку основная часть доходов тратится на питание, они воспринимают это как основную инвестицию.

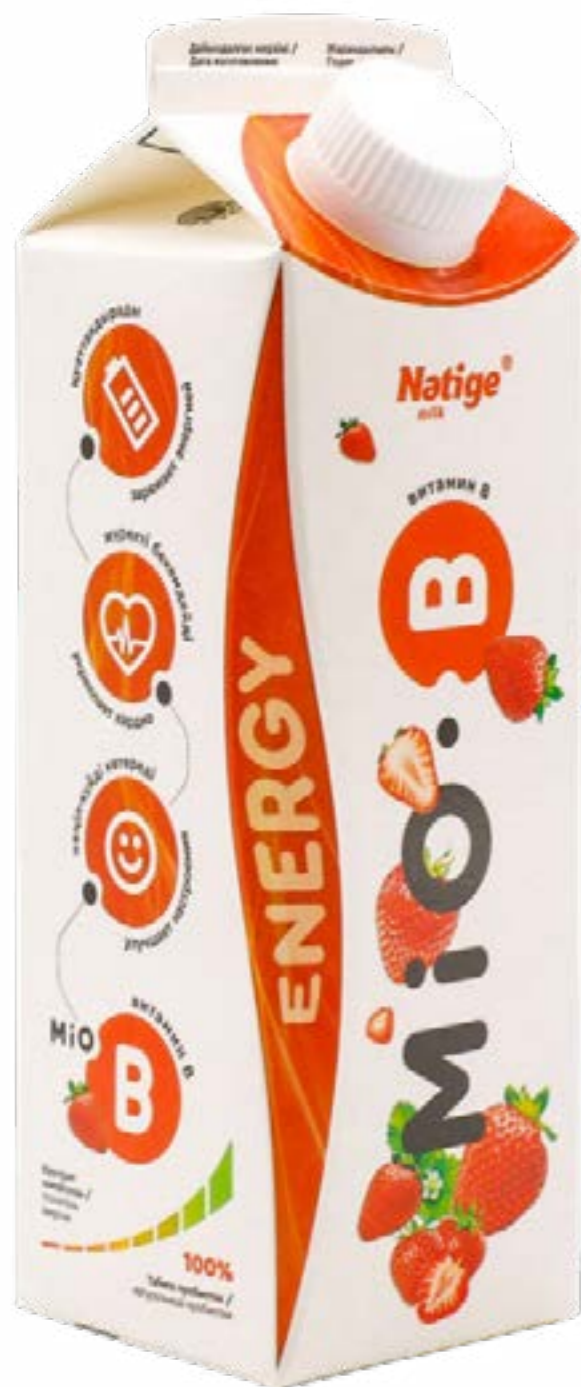
Если они выбирают продукт из более высокого ценового сегмента, то концентрируются на его недостатках, то есть они хотят получить идеальный продукт, если заплатили за него высокую цену.

Как формировать сбалансированный
бренд-портфель?

Пирамида с потребностями и ценовыми сегментами. «Натиже»



Интересные продукты в бренд-портфеле. «Натиже»



Йогурт заряжающий энергией
(с комплексом витаминов,
«смородина, малина, ромашка»)



Кефир с протеином

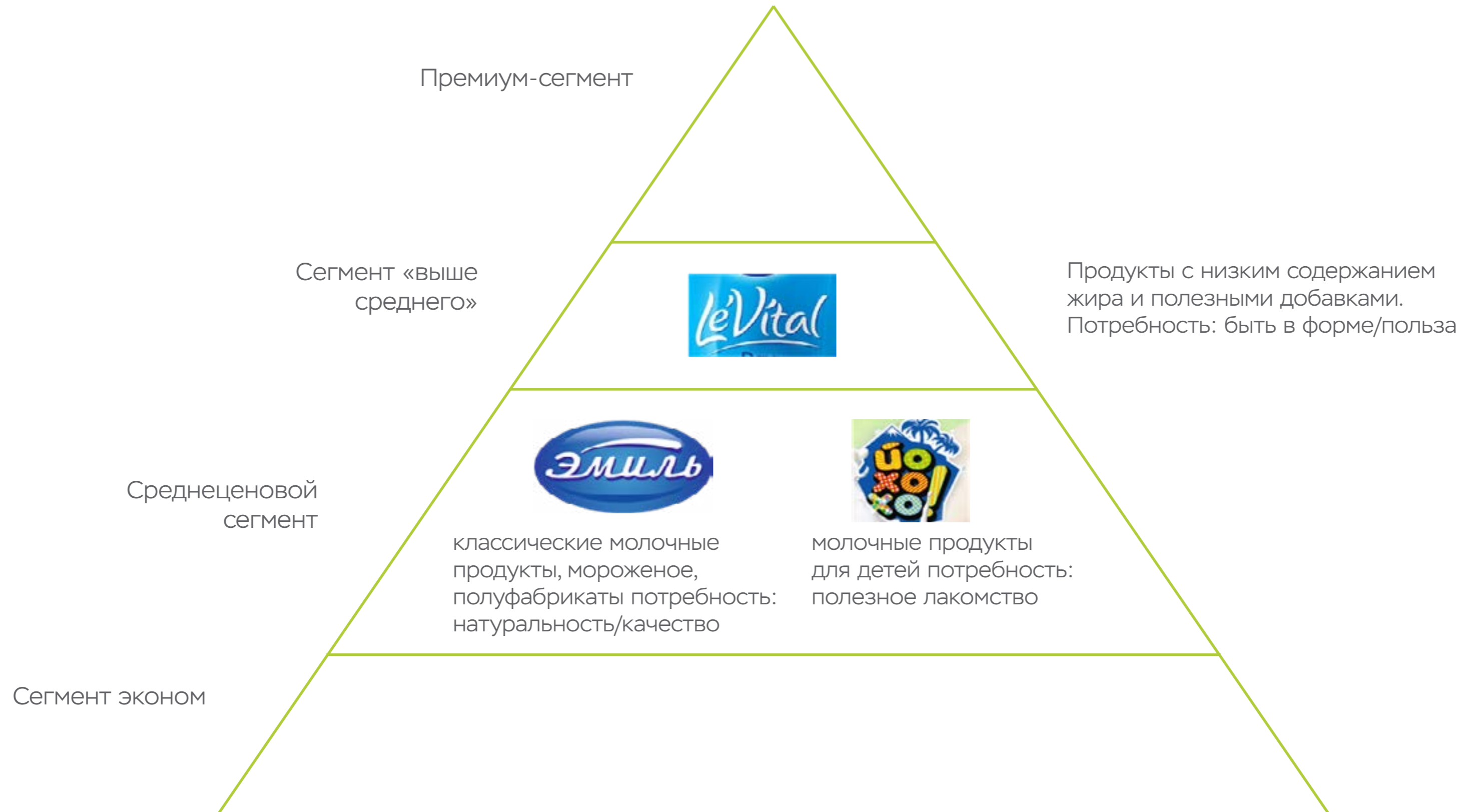


Овсяный завтрак
с семенами чиа



Творожная масса
с протеином

Пирамида с потребностями и ценовыми сегментами. «Эмиль»



Динамика категорий в кг, таблица с долями продаж категорий

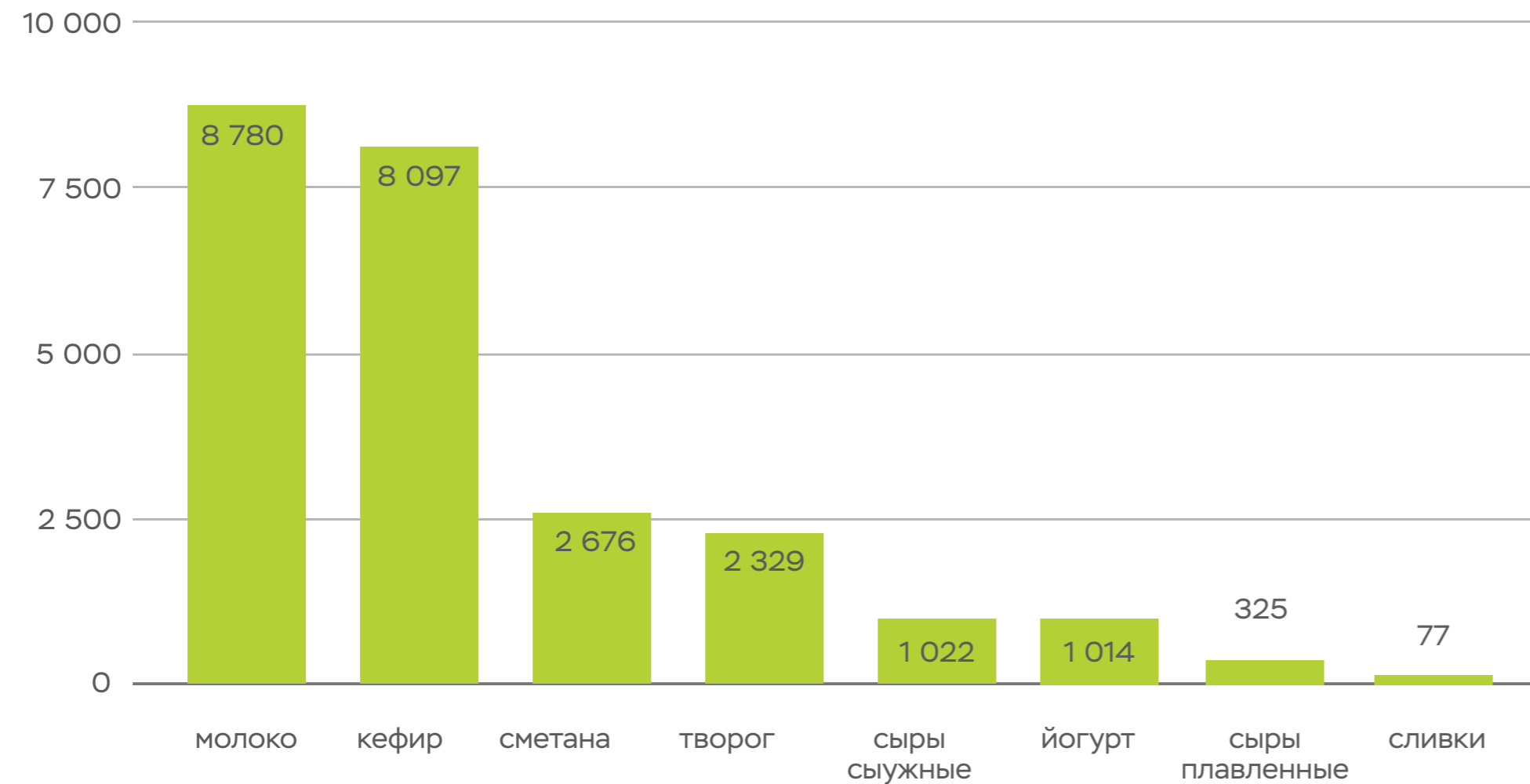
Данные за 2020–2021 годы. Канал – modern trade (федеральные сети).
География – вся Россия.



* Источник: N Tech

Анализ рынка. Потребление

Потребление молочных продуктов на душу населения за полгода, 2020 г (кг)



Наибольшим спросом в Казахстане пользуются традиционные молочные продукты, особенно молоко и кефир.

* По данным Молочного союза Казахстана

Альтернативные продукты

Российский рынок традиционной молочной продукции оценивается в 9 млн т.

Доля растительных продуктов составляет 0,2% (11 тыс. т).
К 2029 году она достигнет 10,7% (664 тыс. т).

Продажи растительного молока за 2021 год увеличились на 22% в натуральном выражении и на 25% в денежном.

За 2020 год на 55% в натуральном выражении, за 2019 год на 561%.

* По данным исследовательского агентства Nielsen IQ

Каналы продаж

➤ Неорганизованная розница

➤ Сети ритейл

➤ Госконтракты

➤ Хорика

➤ Экспорт

➤ Маркетлейсы

Рост интернет-продаж в России

Заказы сервиса экспресс-доставки «Самокат» за 2020 год увеличились в 18 раз.

Совокупные продажи 100 крупнейших онлайн-ритейлеров России в 2021 году увеличились в 1,6 раза в денежном выражении и 2,2 раза, до 1,59 млрд увеличилось количество заказов.

Наибольший годовой прирост продаж показали «Яндекс.Еда» (+858% до 11,5 млрд рублей), «Лента» (+812% до 10 млрд рублей), «Перекресток» (+658% до 12 млрд рублей).

В 2021 году количество онлайн-заказов выросло на 104% (рекорд за все время наблюдений), а объем рынка в рублях вырос на 52%.

* По данным исследовательского агентства Nielsen IQ

Интернет-продажи молочных продуктов в России

В сервисе доставки «Яндекс.Лавка» молочные продукты занимают первое место по количеству продаж и второе в денежном выражении.

Самым большим спросом пользуются молоко, кефир, далее сметана, сливочное масло, йогурты.

Интернет-продажи в Казахстане

Топ-10 категорий розничной торговли, реализуемых через интернет



В Казахстане за 2021 год собственная сеть пунктов выдачи заказов Wildberries выросла на 25% – до 227 точек.

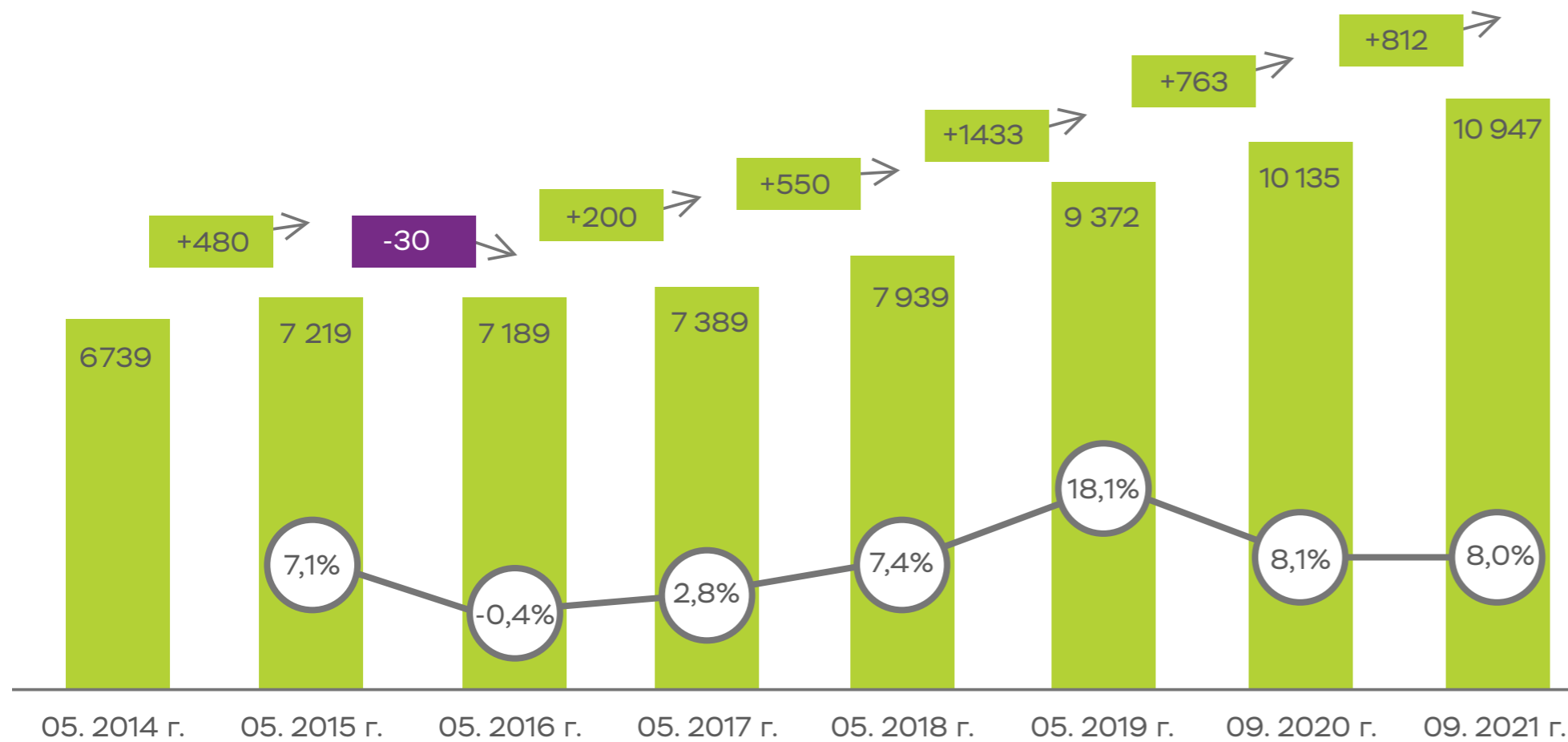
Продажа продуктов питания через интернет пока мало развита в Казахстане, но растет рынок высокими темпами.

В 2020 году доставка еды выросла на 75%. По оценкам представителей компании Wolt, за 2020 год рынок доставки еды в стране вырос в три-четыре раза.

*По данным Forbes Kazakhstan

Рынок HoReCa в России

Динамика количества кофеен и кафе-кондитерских, работающих на российском рынке, май 2014 – сентябрь 2021 года



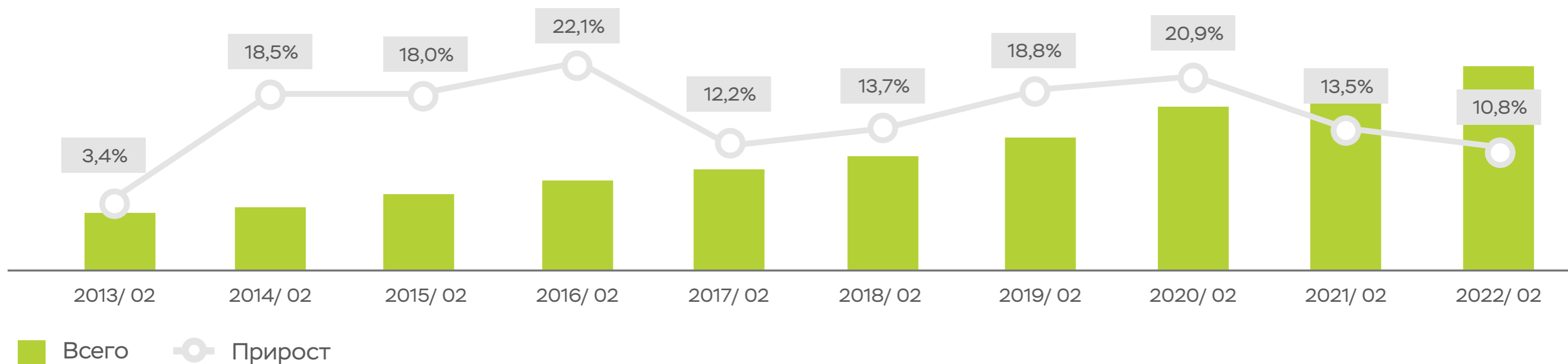
Источник: РБК Исследования рынков.

Прирост, а также количество сетевых кофеен и кафе-кондитерских рассчитаны на основе анализа динамики развития 1 067 сетевых проектов, среди которых 312 сетевых кофеен и кафе-кондитерских, дата актуализации – сентябрь 2021 года.

■ Количество сетевых кофеен и кафе-кондитерских, шт. ○ Темп прироста, %

Рынок HoReCa в Казахстане

Действующие юридические лица. Сфера ресторанного и гостиничного бизнеса (тыс. ед.)



	2022/02	2021/02	Прирост %
Всего	7,1	6,4	10,8
Активные	3,2	3,0	6,2
Временно не активные	2,3	2,1	10,2
Еще не активные (новые)	1,7	1,4	22,1

* На основе данных Бюро национальной статистики АСПИР РК

Как развиваться и зарабатывать
в Молочном бизнесе?

Как успешно конкурировать
с транснациональными игроками рынка?

В основе всего лежит стратегия!

Онлайн-агрегатор фермерских продуктов



- Компании 6 лет
- г. Дубна – офис и Hub для поставщиков продуктов питания
- Дистрибуция – Москва и Санкт-Петербург

2 Dark store
в Дубне и Москве

>130 человек работают
в компании

Онлайн-агрегатор малых форм хозяйств
с фокусом на контроль качества,
маркетинг и логистику

ПОЗИЦИОНИ
ПРОВАННИЕ



**Сначала была
история**



Илья Елпанов

Основатель агрегатора продуктов от фермеров «Ешь Деревенское».

Окончил аграрный институт в России, потом работал в IT-сфере.

Появилась идея создать компанию FoodTech.

1

контроль
качества
поставщиков

2

сбор продуктов
от фермеров

3

доставка
в распределительный
центр

4

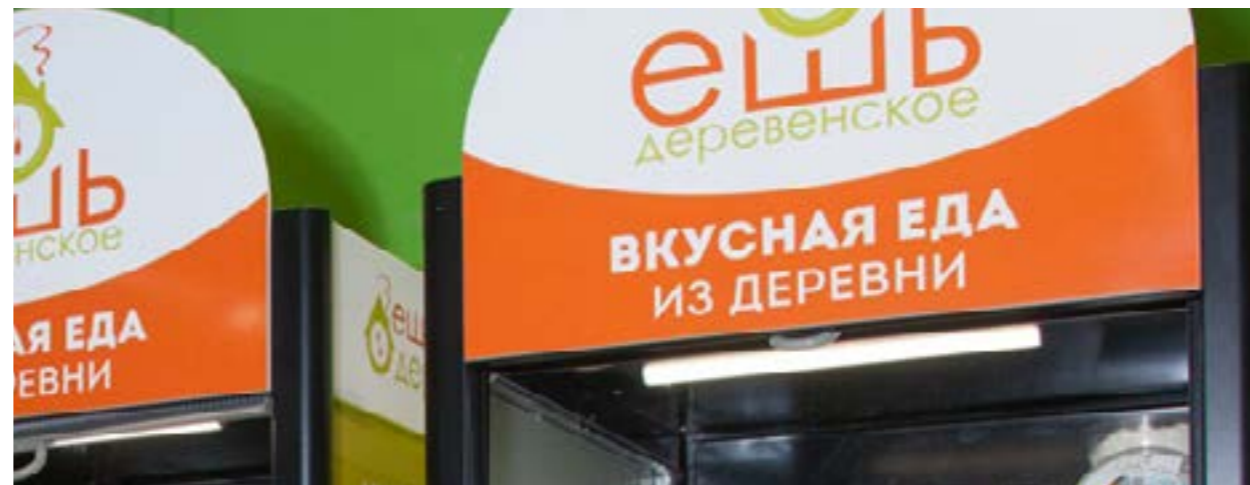
контроль
качества продуктов

5

обработка заказов
клиентов

6

доставка





Ешь Деревенское

Реклама · 🌐



Всем привет, мы - Ешь Деревенское -
доставка фермерских продуктов на дом 🏠

...Ещё



Ешь Деревенское

Реклама · 🌐



Всем привет, мы - Ешь Деревенское -
доставка фермерских продуктов на дом 🏠

...Ещё



Ешь Деревенское

Реклама · 🌐



Всем привет, мы - Ешь Деревенское -
доставка фермерских продуктов на дом 🏠

...Ещё



ESH-DEREVENSKOE.RU

**Фермерские продукты с
доставкой на дом >>>**

В МАГАЗИН



ESH-DEREVENSKOE.RU

**Фермерские продукты с
доставкой на дом >>>**

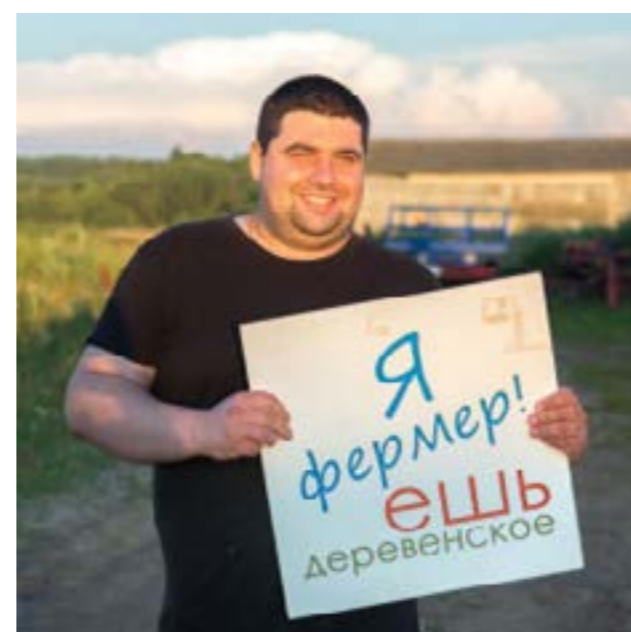
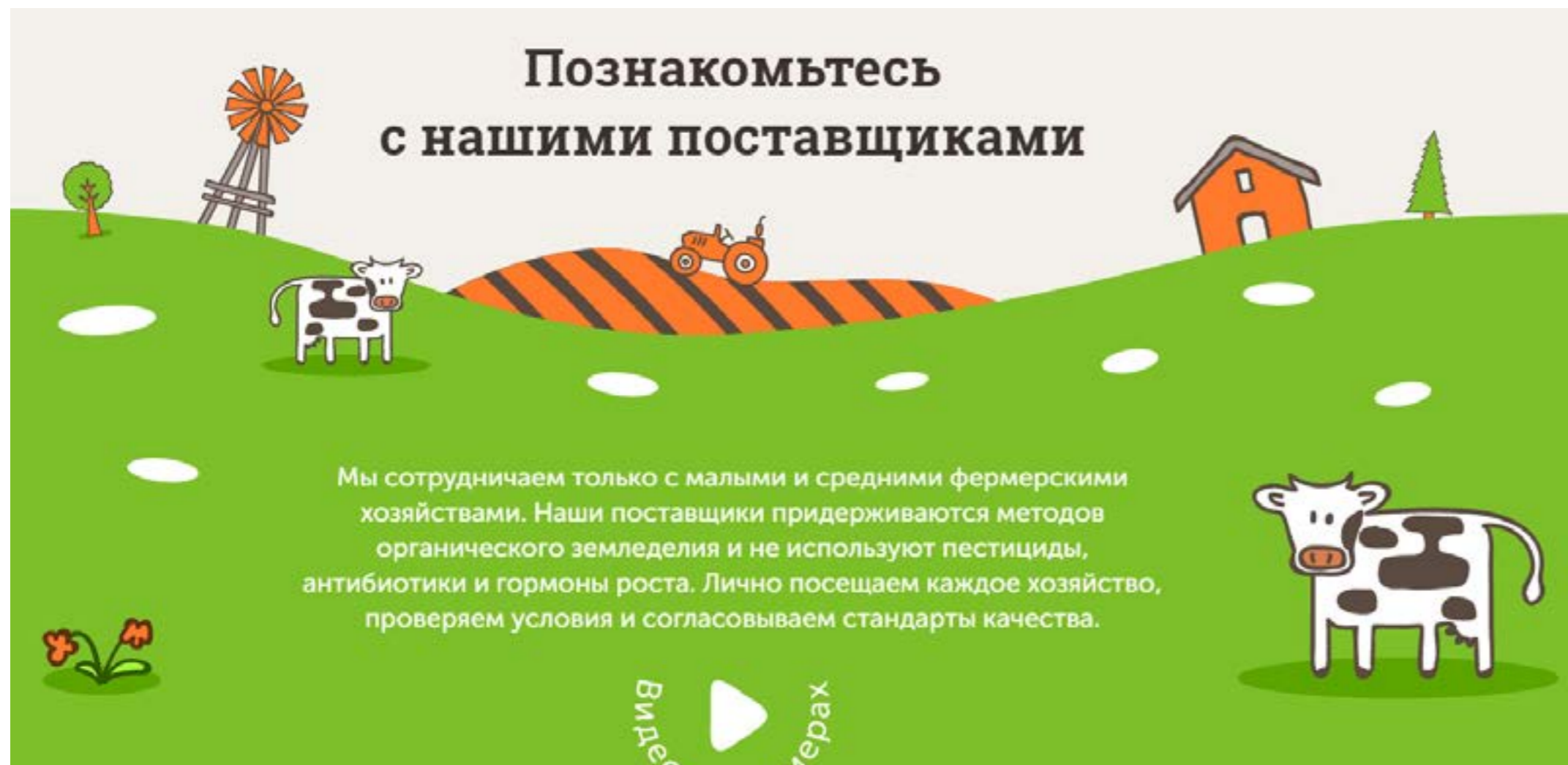
В МАГАЗИН



ESH-DEREVENSKOE.RU

**Фермерские продукты с
доставкой на дом >>>**

В МАГАЗИН





Молоко, сыр, яйца



Мясо и птица



Овощи и фрукты



Кулинария и Хлеб



Сладости



Бакалея



Рыба



Заморозка



Non-food

Прямые эфиры с фермы

Фермеры сами расскажут о своих продуктах и сделают скидку

Live

Подробнее

Первый заказ

Идеальный набор для первого заказа

Удобно заказать в 1 клик

Заказать

Доставка на: **ВСЕ ДАТЫ**



Сыр "Шеврет" козий

от Алексея Рубцова

315 P
252 P / 110 г



Сыр "Камамбер"

от Алексея Рубцова

550 P
440 P / 240 г

Популярные товары



Нравится: 321

esh_derevenskoe Есть ли доставка в мой город? Поселок?

... ещё

➤ Молоко, сыр, яйца

➤ Мясо и птица

➤ Овощи и фрукты

➤ Рыба

➤ Кулинария и хлеб

➤ Сладости

➤ Заморозка

➤ Бакалея

➤ Non-food

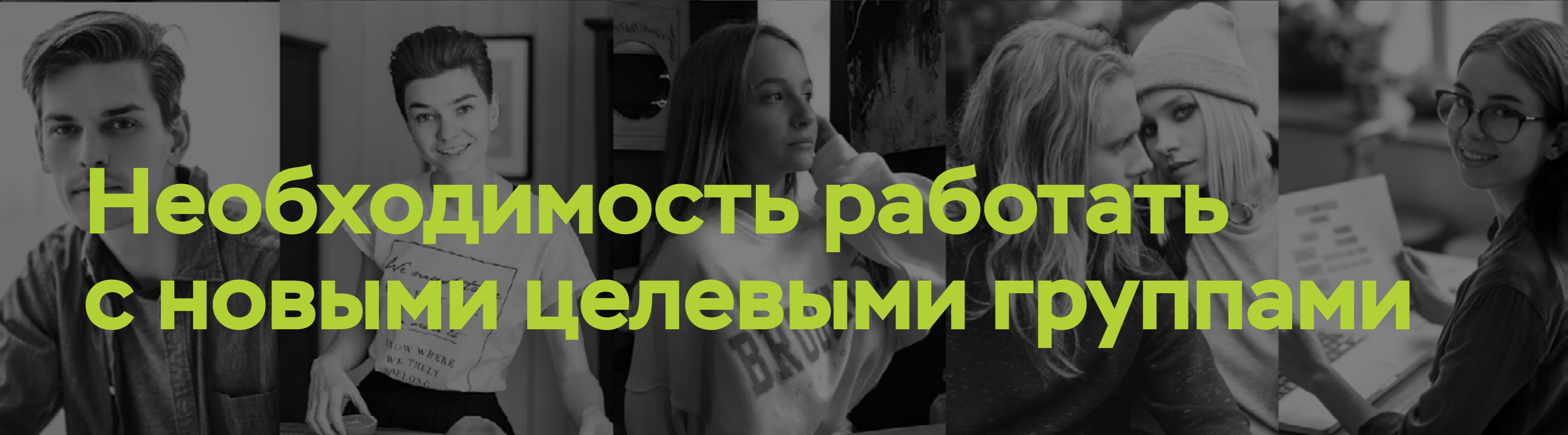
КАТАЛОГ

ПРОДУКТОВ

Запрос клиента – разработать позиционирование, изменить фирменный стиль

- «Мы не понимаем куда двигаться и как двигаться с этим стилем»
- Миссия «Ешь Деревенское» не донесена до потребителей
- Забота о фермерах
- Натуральные, настоящие продукты для покупателей
- Технологичность

- Проблемы масштабирования компании
- Они другие
- У бренда нет идентичности,
много рациональных преимуществ,
нет эмоций

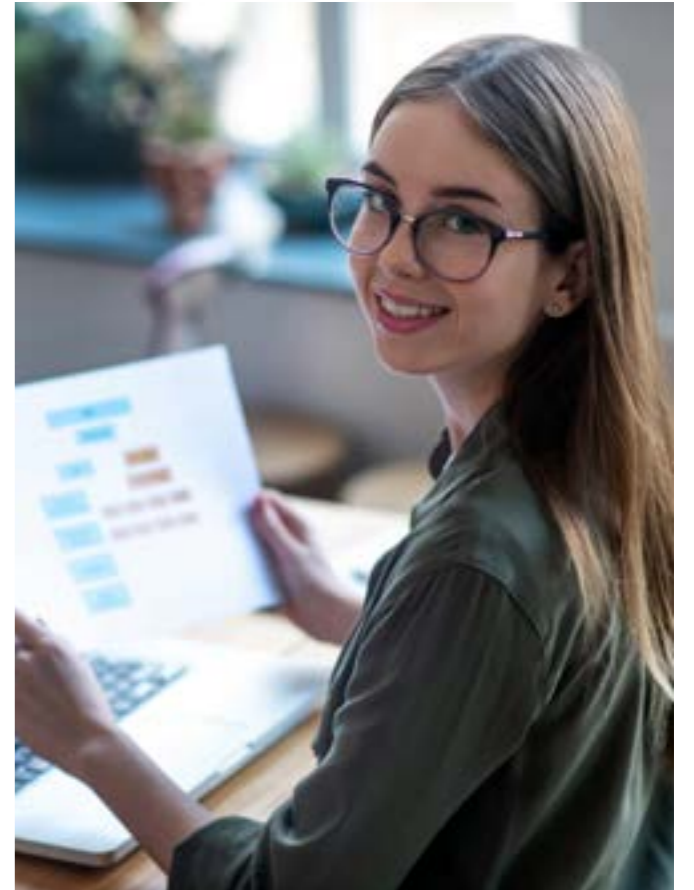


Необходимость работать с новыми целевыми группами

Текущая целевая аудитория



Аудитория, которую **хотелось привлечь**



Конкурентное окружение

Конкуренты не делают акцент на эмоциональном атрибуте

Здоровье



Натуральность / эко / органик



Скорость



Открытость



Свежесть



Конкурентное окружение

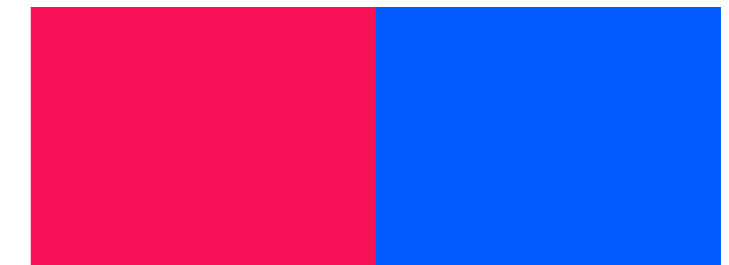
Большинство конкурентов в цветовой гамме используют оттенки зелёного, так как они ассоциируются с натуральностью и экологичностью.

Из-за этого бренды визуально похожи друг на друга.



Конкурентное окружение

Основные службы доставки продуктов



Наша аудитория

Возраст: 30–45 лет.

Ведут современный образ жизни, но при выборе продуктов консервативны.

➤ В приоритете качество, а не цена.



Наша аудитория



Осознанные потребители

Потребность:
натуральные продукты
для полезного
и правильного рациона



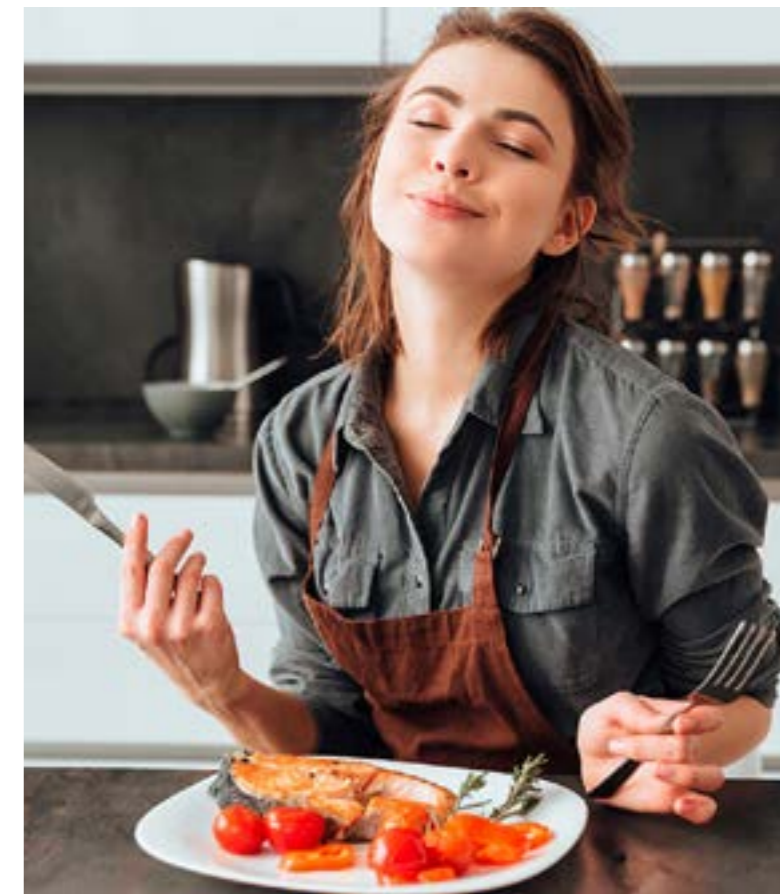
Молодые мамы

Потребность:
проявить заботу
о семье, показать себя
компетентной хозяйкой



Заботящиеся о здоровье

Потребность:
правильное питание,
которое будет
поддерживать здоровье



Гурманы

Потребность:
получить удовольствие
от вкусной еды

Бренд-платформа

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ



Со всей заботой

атрибут



Забота

ОБРАЗ БРЕНДА

Заботливый



Прогрессивный

Ответственный

- Вопрос масштабирования
- Настоящие продукты рядом.
- «Ешь Деревенское». Все настоящее на дом



**ЕШЬ
ДЕРЕВЕН
СКОЕ**

**ВСЁ НАСТОЯЩЕЕ
НА ДОМ**



**НАКОНЕЦ-ТО
МЫ С НОВА
ВСТРЕТИЛИСЬ**



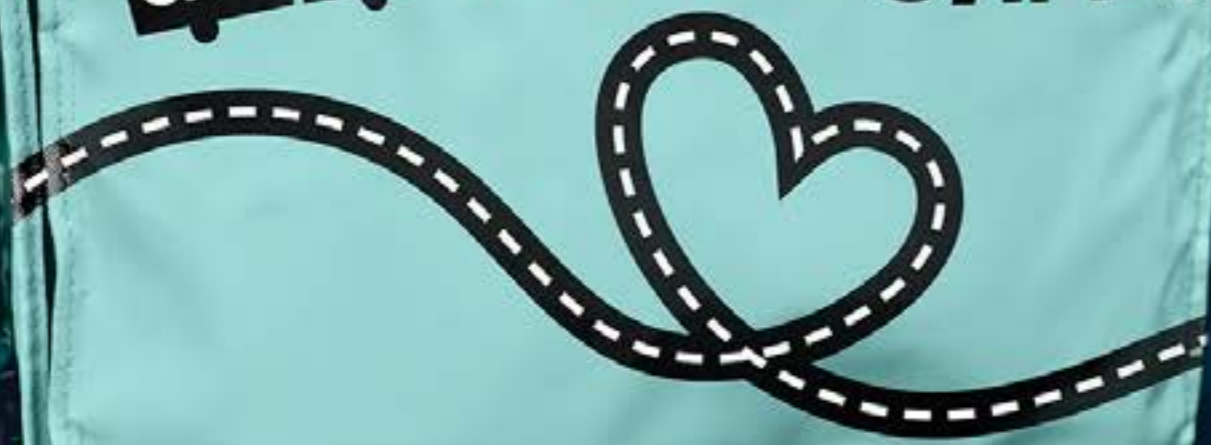
Характер И ТОНАЛЬНОСТЬ

«Ешь Деревенское» — бренд, который говорит о настоящем, используя заботливую интонацию, простой человеческий язык и дольку острого юмора

0167



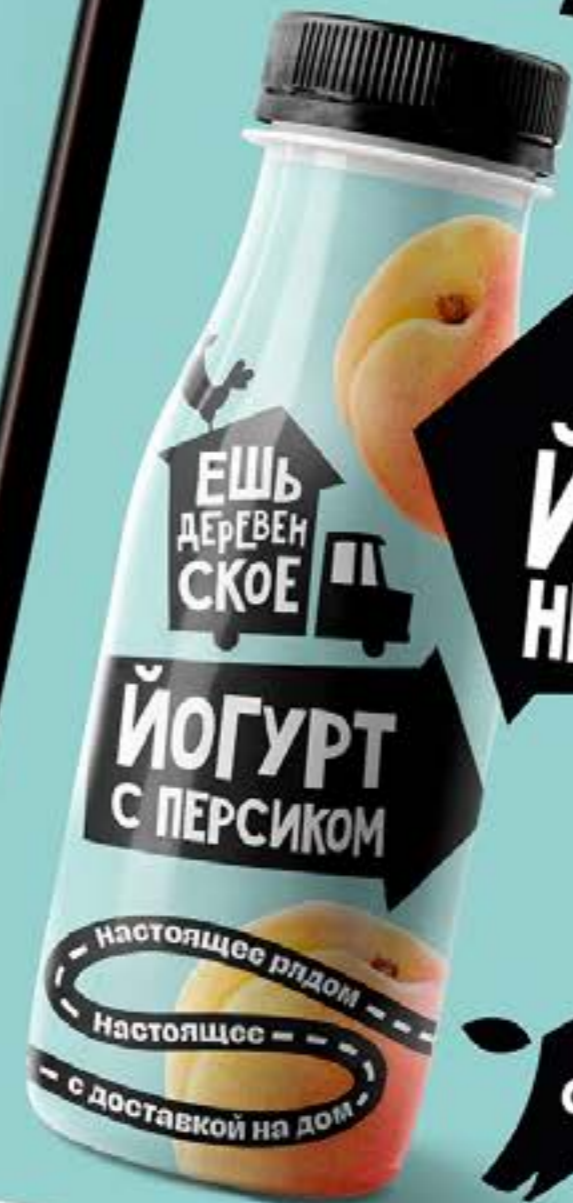
НАСТОЯЩИЕ
ПРОДУКТЫ
ПРИХОДЯТ САМИ



ESH_DEREVENSKOE
Публикации Подписаться

esh_derevenskoe

СЧАСТЬЕ ЕСТЬ?



ПИТЬЕВОЙ
ЙОГУРТ
НЕ СОГЛАСЕН



Нравится: 327



НАСТОЯЩИЙ СТАНДАРТ
ГУРТ
ПЕРСИКОМ

Настоящее рядом
Настоящее
с доставкой на дом



ЕШЬ ДЕРЕВЕНСКОЕ
ЙОГУРТ
С ПЕРСИКОМ

Настоящее рядом
Настоящее
с доставкой на дом

ГУСТОЙ ОТ
СЧАСТЛИВЫХ
КОРОВОК,
С ПЕРСИКОВЫМ
ВАРЕНЬЕМ





ЕШЬ
ДЕРЕВЕН
СКОЕ



СЫРНИКИ

из деревенского
творога

Настоящее рядом
Настоящее
с доставкой на дом



ЕШЬ
ДЕРЕВЕН
СКОЕ

от семьи
ЛЕВАКОВЫХ

КЕКСЫ
ВЕГАНСКИЕ
КЛУБНИЧНЫЕ
с черникой и клюквой

Настоящее рядом.

Настоящее
с доставкой на дом





ДОСТАВКА НАСТОЯЩИХ ПРОДУКТОВ

Скидка 15% на первый заказ

В магазин >



ДОСТАВКА НАСТОЯЩИХ ПРОДУКТОВ

Скидка 15% на первый заказ

В магазин >



ДОСТАВКА НАСТОЯЩИХ ПРОДУКТОВ

Скидка 15% на первый заказ

В магазин >

ДОСТАВКА НАСТОЯЩИХ ПРОДУКТОВ

Скидка 15% на первый заказ

В магазин >

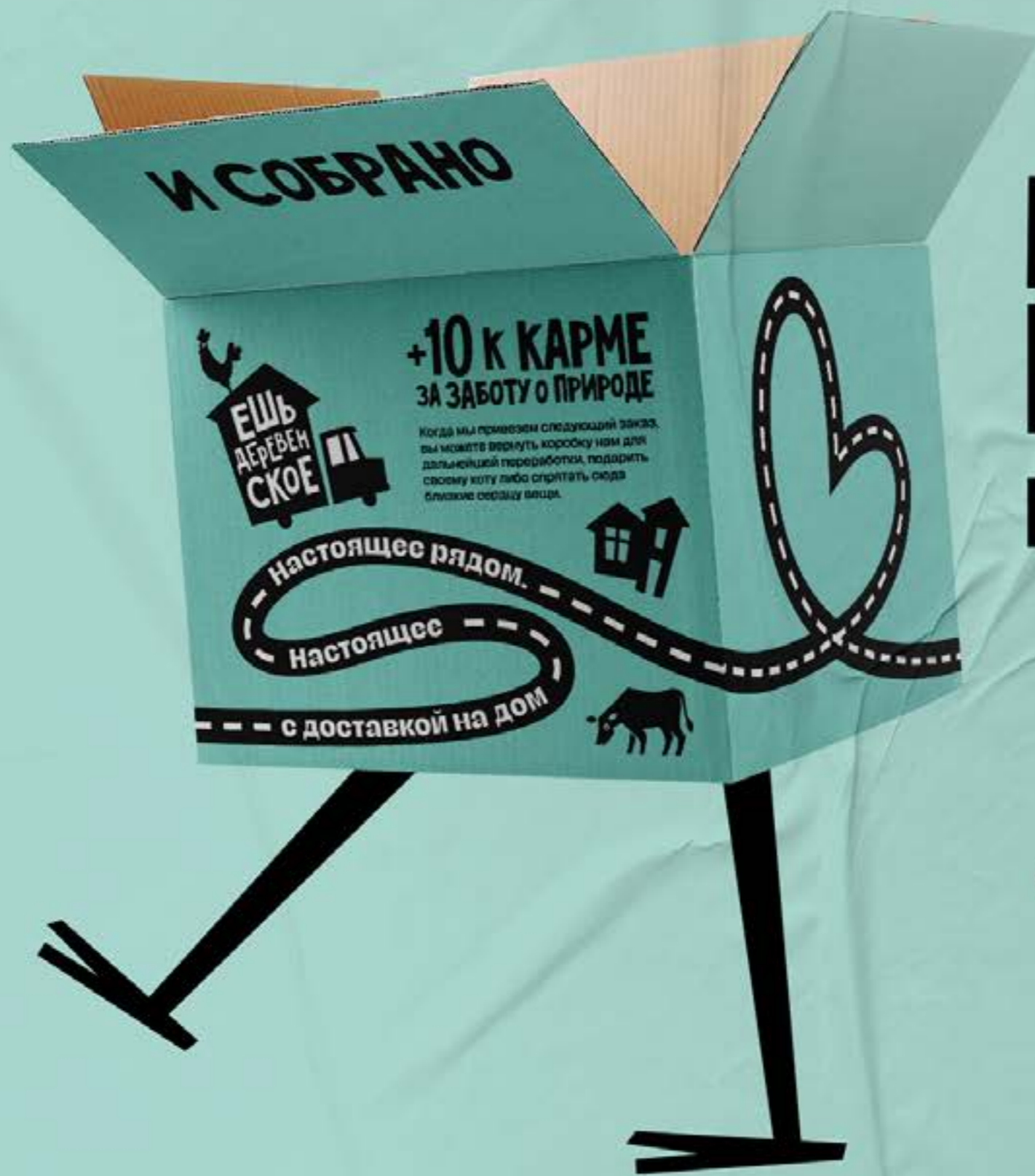


МОСКВА! ДОСТАВКА - 2 ЧАСА

Доставка настоящих продуктов
внутри МКАД

⚡ Экспресс ▾





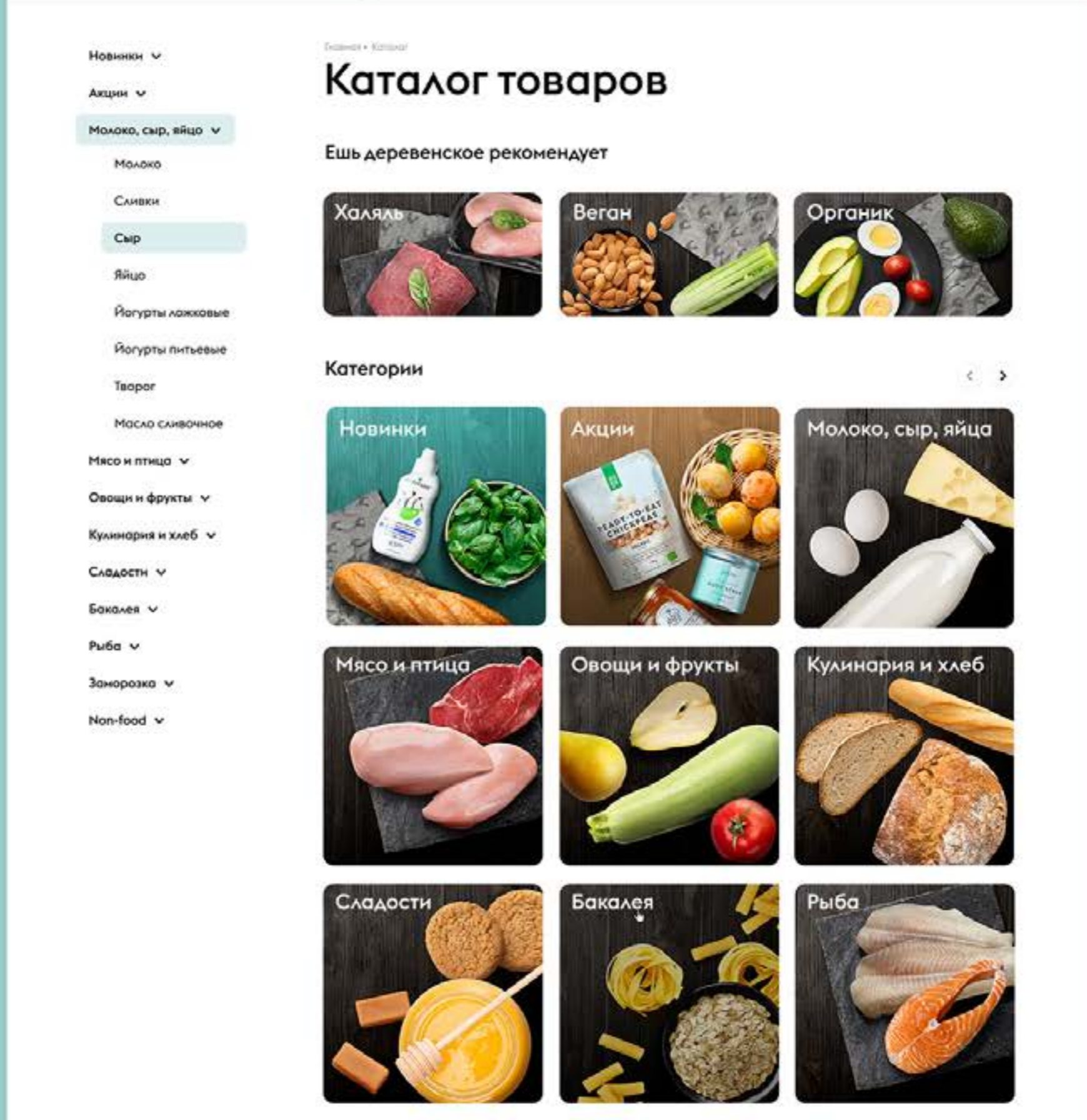
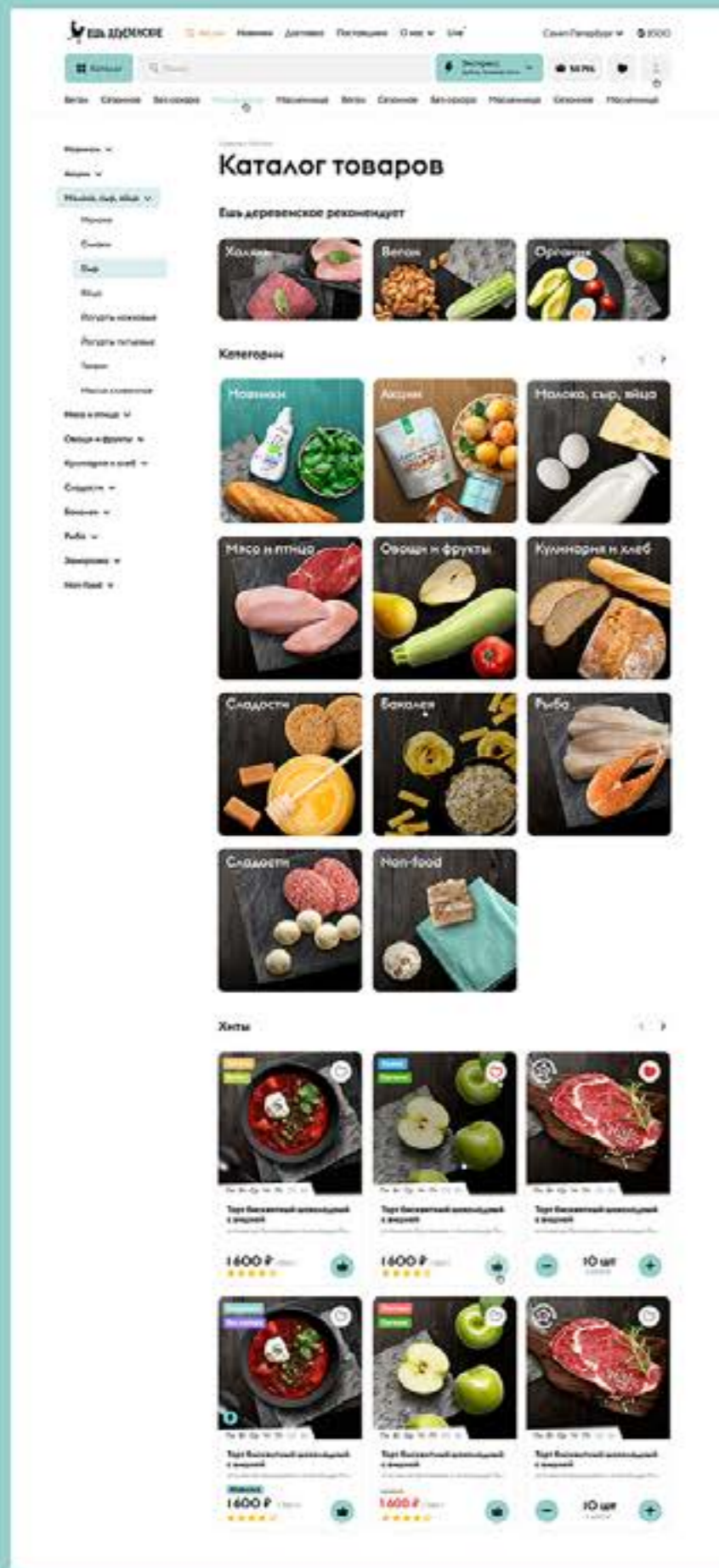
НАСТОЯЩИЕ ПРОДУКТЫ ПРИХОДЯТ САМИ

➔ esh-derevenskoe.ru

Available on the
 App Store

GET IT ON
 Google Play







От хозяйства Елены Пономаревой

★★★★★ 13 отзывов

Яблоки «Гала-Санса»

Описание: яблоки нового урожая из солнечного Краснодарского края. Сочные яблоки сорта «Гала-Санса» отличаются яркой желтой окраской с красными бочками и приятной желтоватой Мякотью. По вкусу эти яблоки в меру сладкие, с выраженной кислинкой и запоминающимся карамельным ароматом. Каждое яблоко проходит отбор и сортируется вручную. [Свернуть](#)

185 Р ~~1800 Р~~ / 360 г

В корзину

Описание Отзывы (13) Рецепты (10)

Масса: 1 кг (900-1170 г)

Важно: фрукт не обработан химическими средствами, поэтому требователен к хранению. Пожалуйста, соблюдайте сроки годности и условия хранения. Рекомендуется использовать озоноаторы для продуктов питания. Сорт не имеет определенного размера плода. Допускается как небольшое, так и крупное размеры

Качество: 1-го сорта, плоды с дефектом не более 10% по Международным нормам

Сорт: «Гала-Санса»

День изготовления: урожай 2020 года

Срок годности: 15 суток

Условия хранения: при температуре от +2 до +15°C

Упаковка: крафтовый пакет

Место происхождения: Краснодарский край, Крымский район



Автор продукта

Елена Пономарева

★★★★★ 13 отзывов

[Подробнее](#)

Сертификат продукта

ЕАС

[Смотреть](#)

Похожие продукты



Торт бисквитный крем-бюшот с ванилью
1600 Р

Торт бисквитный крем-бюшот с ванилью
1600 Р

Торт бисквитный крем-бюшот с ванилью
10 шт

Торт бисквитный крем-бюшот с ванилью
1600 Р

Подпишитесь на рассылку

Сюда и выйдете только для подписчиков

[Подписаться](#)

Рассылка по почте «Подпишитесь, не отправляйте» с функцией массовой рассылки



Пн Вт Ср Чт Пт Сб Вс

2/3

От хозяйства Елены Пономаревой

★★★★★ 13 отзывов

Яблоки «Гала-Санса»

Описание: яблоки нового урожая из солнечного Краснодарского края. Сочные яблоки сорта «Гала-Санса» отличаются яркой желтой шкуркой с красными бочками и приятной желтоватой Мякотью. По вкусу эти яблоки в меру сладкие, с выраженной кислинкой и запоминающимся карамельным ароматом. Каждое яблоко проходит отбор и сортируется вручную. [Свернуть](#)

185 Р ~~1800 Р~~ / 360 г

В корзину

Описание

Отзывы (13)

Рецепты (10)

Масса: 1 кг (900-1170 г)

Важно: фрукт не обработан химическими средствами, поэтому требователен к хранению. Пожалуйста, соблюдайте сроки годности и условия хранения. Рекомендуется использовать озоноаторы для продуктов питания. Сорт не имеет определенного размера плода. Допускается как небольшое, так и крупное размеры

Качество: 1-го сорта, плоды с дефектом не более 10% по Международным нормам

Сорт: «Гала-Санса»

День изготовления: урожай 2020 года

Срок годности: 15 суток

Условия хранения: при температуре от +2 до +15°C

Упаковка: крафтовый пакет

Место происхождения: Краснодарский край, Крымский район



Автор продукта

Елена Пономарева

★★★★★ 13 отзывов

[Подробнее](#)

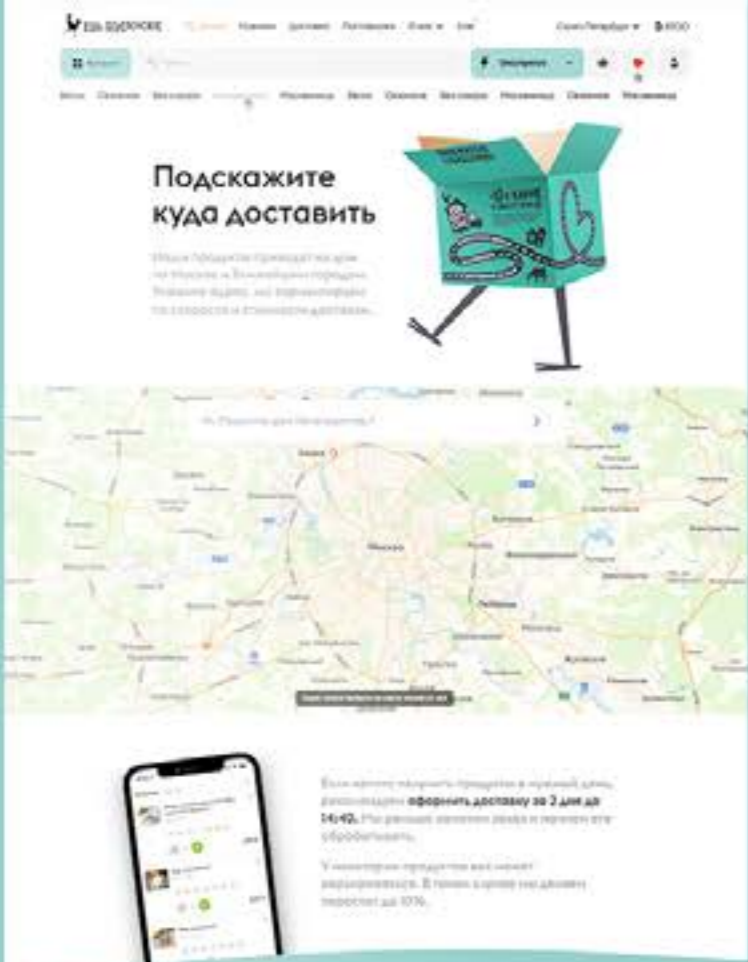
Сертификат продукта

ЕАС

[Смотреть](#)

Похожие продукты





ОБЩАЯ СТИЛЬ

«Ешь Деревенское» — ключевой фирменный стиль, который несет узнаваемость бренда, и он не подлежит модификации. В фирменном стиле используется единая логотипика, каждая предельно использована в зависимости от условий брендирования. Когда нет никаких ограничений по площади носителя, отдавайте предпочтение «основной версии».



Рекомендуемый размер: 2 x 2,5 см / 80 x 90 пп

Рекомендуемый размер: 3,7 x 10,3 см / 150 x 420 пп

На всех коммуникационных материалах обеспечивайте охранное поле вокруг логотипа. В поле X запрещается размещать другие графические элементы, текст и иллюстрации, за исключением фона. Охранное поле определяется высотой и шириной буквы «Е» в логотипе.



Охранное поле

На всех коммуникационных материалах обеспечивайте охранное поле вокруг логотипа. В поле X запрещается размещать другие графические элементы, текст и иллюстрации, за исключением фона. Охранное поле определяется высотой и шириной буквы «Е» в логотипе.



Цветовая гамма

Играют важную роль цвета бренда — они выделяют бренд от конкурентов, а также помогают быстрее заметить бренд «Ешь Деревенское». Основные цвета: бирюзовый, белый. Они используются в большинстве коммуникаций.

Основные цвета

Бирюзовый: #4DB6AC / CMYK: 70-25-0 / RGB: 82-200-205 / HEX: #4DB6AC

White: #FFFFFF / CMYK: 0-0-0-0 / RGB: 255-255-255 / HEX: #FFFFFF

Иерархия использования цветов



Шрифты

В коммуникационных материалах используется основная шрифтовая пара FireNight и Hagrid. Они отличаются игривым и эмоциональным характером, который присущ бренду «Ешь Деревенское».

Шрифт Euclid используется в качестве наборного для основных текстов на сайте, в мобильных приложениях, в презентациях PowerPoint.

Основные шрифты

FIRENIGHT
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
СТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
1234567890
FIRENIGHT REGULAR

Hagrid
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМНОП
РСТУФХЦЧШЩЪЫЬЭЮЯ
абвгдеёжзийкмнопр
стуфхцчшщъыьэюя
1234567890
Hagrid Extrabold

Дополнительные шрифты

Euclid Flex
АБВГДЕЁЖЗИЙКЛМН
ОПРСТУФХЦЧШЩЪЫ
ЬЭЮЯ
абвгдеёжзийкмноп
рстуфхцчшщъыьэюя
1234567890%

Euclid Flex SemiBold
Euclid Flex Medium
Euclid Flex Regular
Euclid Flex Light

120% 120%
В шрифте Euclid Flex прописаны начертания: 1, 2, 0 и 50%.

Редактирование

Редактирование призвано предупредить ошибки в слоганах, или сложных случаях работы с текстом. С помощью редактирования мы также поддерживаем узнаваемость коммуникации нашего бренда и оформляем тексты по единым стандартам.

Область действия редактирования — все каналы общения с аудиторией: реклама сайт, соцсети, рекламные плакаты. Редактирование тесно связано с типографикой. Чтобы упростить себе работу при оформлении текста, рекомендуем установить на компьютер программу [раскладки Бирюзовая](#).

Цели и принципы написания

- Мы публикуем контент с целью:
 - Помочь решить их проблему
 - Продвинуть услуги бренда
 - Научить чему-то новому

Чтобы достичь цели, мы должны быть уверены, что контент:

- Лаконичный
- Полезный
- Незамысловатый
- Держательный

Характер и тональность

Заботимся, но не заботимся
Помощь и выбор продуктов питания занимает важную часть в жизни человека и отнимает много времени. Мы помогаем найти лучшие, самые полезные продукты и доставляем их до дома. Таким образом мы экономим время покупателя для более важных дел.

Говорим с юмором
Юмор добавляет нашему языку игривости и помогает сообщению запомниться. Тексты на мелких форматах: от продуктовой коробки до листовки должны быть игривыми, вызывать улыбку. Главное правило — никакой обидчивости. Используйте игру слов, необычные сравнения, звукоподражание. В общем, смеяться любой творческий прием.

Общие требования к фото



Содержание продуктов

- Проблемы масштабирования компании
- Необходимость работы с новыми целевыми группами
- Они другие
- У бренда нет идентичности, много рациональных преимуществ, нет эмоций

Анна Собянина

+7 (903) 938 17 58



A.STUDIO
Результативное
брендинговое агентство

+7 (383) 207 55 18, vk.com/advert.a.studio