

Бриф на нейминг для ООО «Мороз»

Компания / бренд	
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	«Мороз»
Продукт	Пельмени среднего ценового сегмента из говядины и из говядины и свинины весом 900 г
Торговая марка	В разработке
История бренда	
Места продаж	Федеральные сети,
Цена (розница)	210-230 рублей/кг или 100 руб/уп
Регионы продаж	Федерально
Рекламная поддержка	регулярное промо не менее 25% в первые полгода и не менее 15% в последующие периоды
Основные конкуренты	Бульмени, Ложкаревъ
Цена конкурентов (розница)	Ложкаревъ – 223 руб/кг Бульмени (Поком) – 226 руб/кг Мириталь – 190 руб/кг
Продукт	
Описание продукта	Пельмени из свинины и говядины и говядины максимально близкие к домашним на вкус
Главное (уникальное)	Уникальное тесто на яичном желтке

преимущество	
Другие преимущества	оптимальное соотношение цена/качество, натуральный состав
Основной недостаток	НЕТ

Цена

Ценовая сегментация рынка	Низкий, средний минус, средний, средний плюс, премиум
Ценовой сегмент бренда	Средний, средний минус

каналы продаж

Основные каналы	дискаунтеры Пятерочка, Дикси, дистрибутивный канал и розница
Территориальное покрытие	Рязанская область, Москва и МО, регионы ЦФО, другие регионы России

конкуренты

Актуальное конкурентное окружение	Бульмени, Ложкаревъ, Мириталь
Преимущества	Федеральные рекламные кампании, федеральная узнаваемость, активный трейд-

конкуентов	маркетинг, максимальная представленность в федеральных сетях
Недостатки конкурентов	Шельф – устаревший вид упаковки, низкое качество
целевая аудитория	
Целевые группы Возраст, пол, профессии, увлечения, доход, уровень образованности, уровень культуры и т. д.	Мужчины и женщины 35-45 лет в соотношении 50/50 (по результатам исследования). Средний доход. Профессии и хобби разнообразны. Ориентированы консервативно, часть аудитории Ложкаревъ, который морально устарел и плох по качеству
Потребительские выгоды Рациональные, социальные, эмоциональные.	Экономия времени, приобретение продукта с высоким качеством по умеренной цене
Потребительские барьеры	Неизвестность бренда
Технология принятия решения о покупке	Из интереса к новинке по промо
Заполняется при отсутствии стратегии бренда	позиционирование бренда
Текущее позиционирование бренда	Бренд, несущий консервативный посыл, но не уходящий в старину и региональные мотивы.
дополнительная информация	
Референсы	Кухня, тесто, домашний быт

Имеющиеся результаты исследований	Необходимо провести анализ рынка
контактная информация	
Фиио Телефон, e-mail	Евтишин Павел Викторович 8 910 613 05 36 evtishin@rusmorozy.ru
Срок исполнения услуги, сумма	
30 календарных дней	105 000 рублей

Согласовано:

Заказчик:

_____ / *Евтишин П.В.*

М.П.



исполнитель:

_____ / _____ /

М.П.