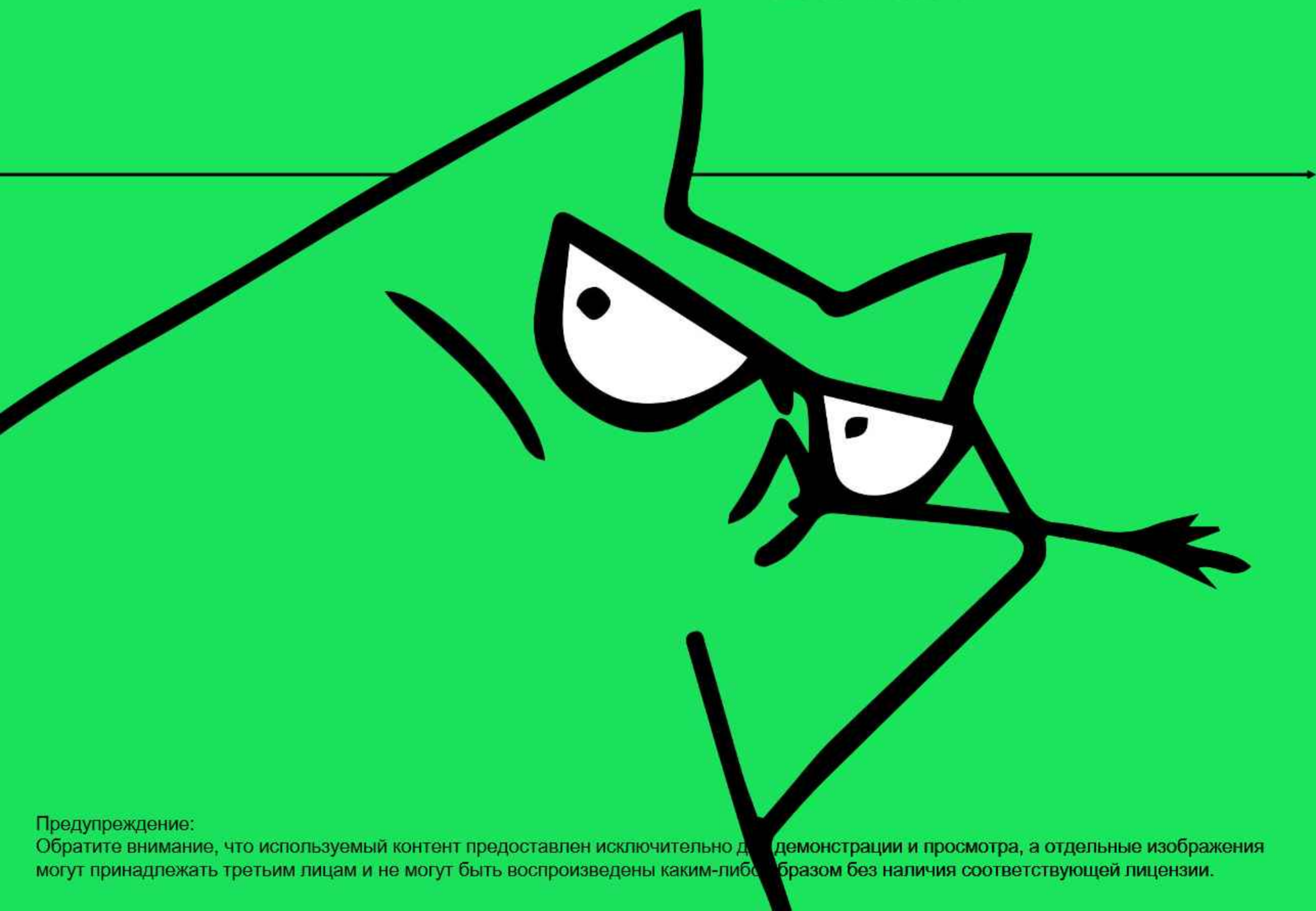



depot

вы нас знаете
25 лет



HR бренд
В НКО

Предупреждение:
Обратите внимание, что используемый контент предоставлен исключительно для демонстрации и просмотра, а отдельные изображения могут принадлежать третьим лицам и не могут быть воспроизведены каким-либо образом без наличия соответствующей лицензии.

A black and white portrait of a woman with long, dark, wavy hair, wearing glasses and a light-colored collared shirt. She is smiling slightly and looking towards the camera. The background is a plain, light color.

Привет! Я Даша Сусллова-Огненная

Брендинговый и коммуникационный стратег
Агентства Depot



«Упаковка как зеркало бренд подхода»

историческая особенность
российского рынка бытовой химии



Пижмо звичайне
Пижма обыкновенная
Tanacetum vulgare L.

Народные названия: русские — дикая рябинка, каравай; украинские — остуда, воротаси, криворот, воротич.

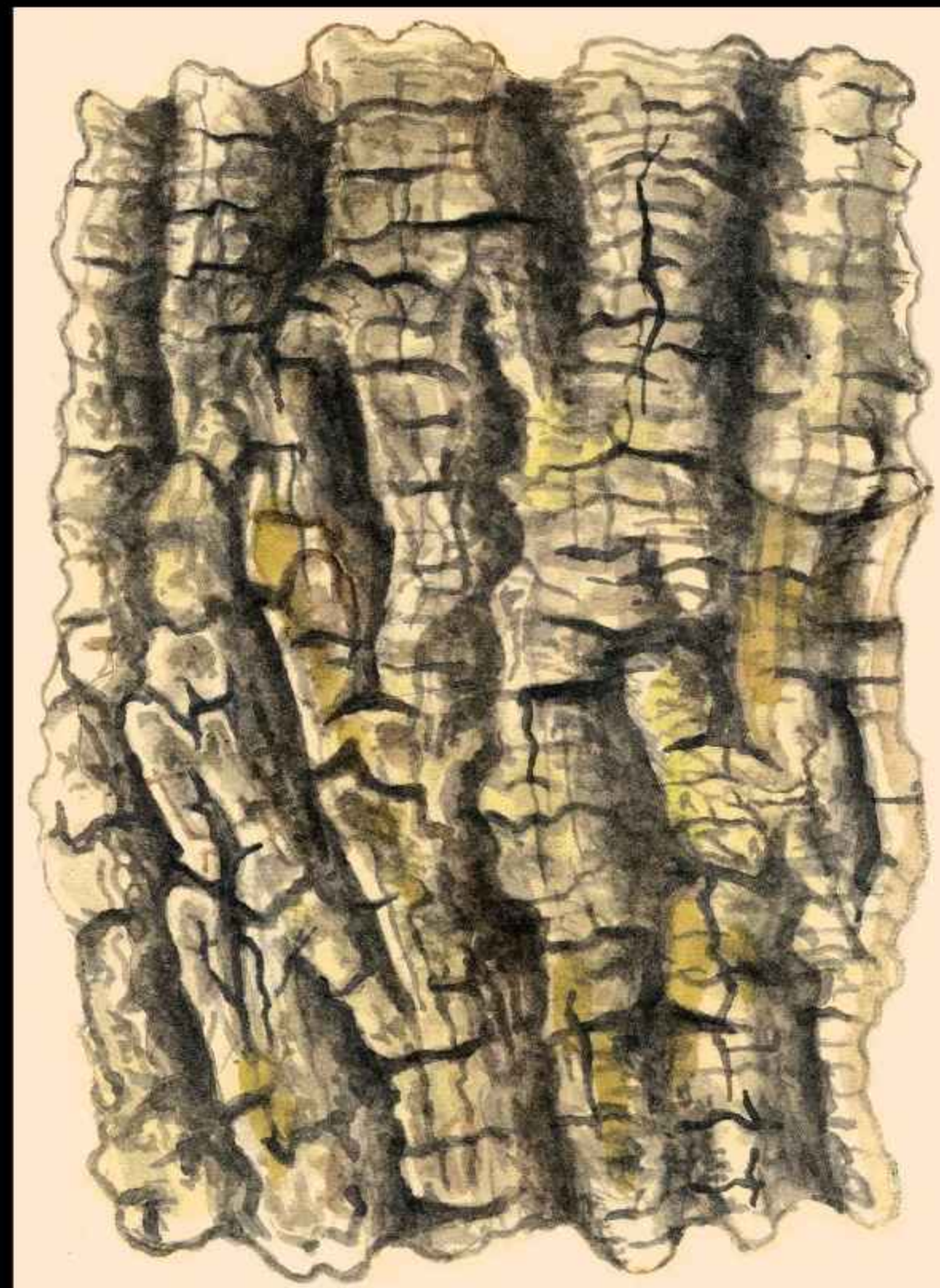
Многолетнее травянистое растение. Растет на обочинах дорог, вдоль железнодорожных насыпей, на полях, лесных опушках, среди кустарников, вблизи жилищ, по берегам рек и в разнотравных степях. Распространена по всей территории СССР, кроме крайних северных и южных пустынных районов.

Цветочные корзинки собирают в течение всего лета и сразу же сушат на воздухе или в проветриваемых помещениях.

Применяют настой против глистов и при острых заболеваниях печени и кишечника, а также при пониженной кислотности.



Чайна Камілля. 503. *Matricaria Chamomilla* L.



ПОРЯДОК ЗАГОТОВКИ БЕРЕЗОВОГО СОКА

необходимые инструменты:



заготовка сока:



- 1 Снять часть грубой коры ножом без повреждения луба.
- 2 Просверлить канал с уклоном для лучшего стока сока.
- 3 В канал вставляется жестяная трубка, под ней прикрепляется тара.
- 4 После окончания заготовки сока трубка должна быть снята, отверстие закрыто деревянной пробкой и замазано садовой замазкой.

HORNEWS.com



ИНДУСТРИАЛИЗАЦИЯ

НАРКОМПИЩЕПРОМ СССР
ГЛАВПАРФЮМЕР



Лучшее
**ХОЗЯЙСТВЕННОЕ
ЯДРОВое МЫЛО**
ТЭЖЭ

наркомпищепром ссср
главпарфюмер



каждый школьник знает четко
эту фразу на зубок:
утром встал-зубная щетка,
а за нею порошок!

ПИЩЕВАЯ

СОДА

НАТРИЙ
ДВУУГЛЕКИСЛЫЙ



ТАЙД
 ВЫСШЕГО КАЧЕСТВА

Тайд

ЭТО ЧУДО СТИРКИ

ВАШЕ БЕЛЬЕ БУДЕТ ЧИСТЫМ И ДОЛГО
 СОХРАНИТ СВОЮ СВЕЖЕСТЬ

ТАЙД ГАРАНТИЯ ЧИСТОТЫ
 И СВЕЖЕСТИ
 ВАШЕГО БЕЛЬЯ



ТАЙД ОБЕСПЕЧИВАЕТ ЧИСТОТУ, СВЕЖЕСТЬ И НЕЖНОСТЬ
 БЕЛЬЯ ИЗ ШЕРСТИ, ХЛОПКА И ДРУГИХ ВОЛОКОН








90 — 00e





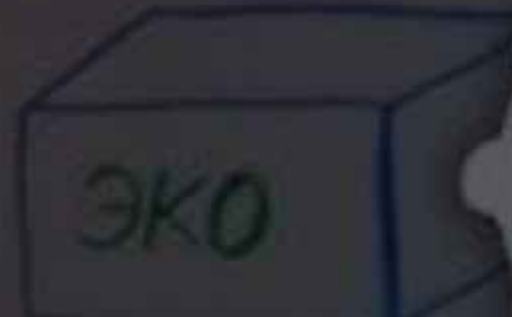


2010e

СПАСИ БАЙКАЛ

ПЕРЕХОДИ НА
БЕСФЛОСФОРНЫЕ

ПОРОШКИ



Россия стала хозяйкой чемпионата мира по футболу 2018 года

Начало продаж iPad

Тренд на эко

Тренд на ЗОЖ

2010е

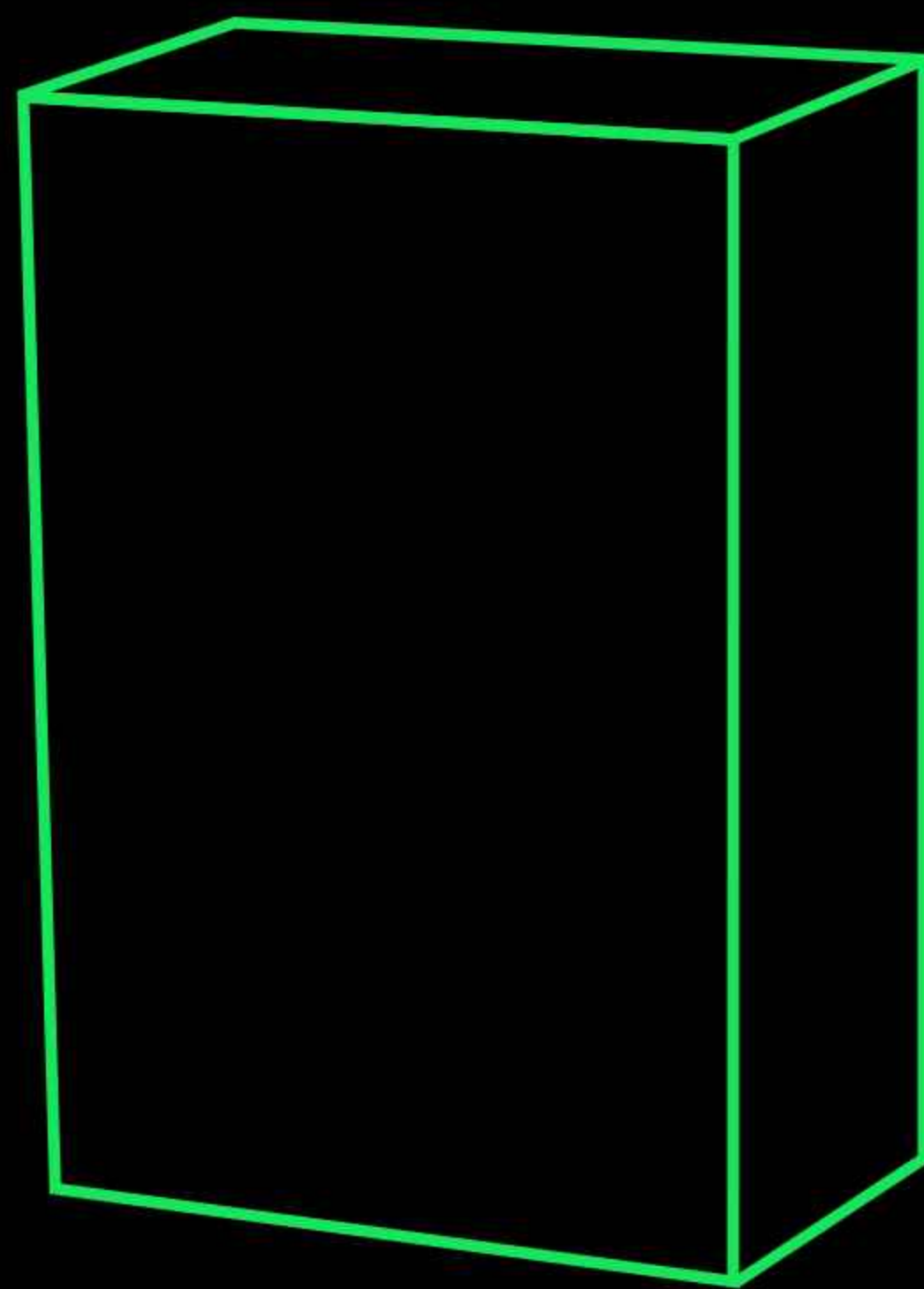
Рост уровня жизни

Коммуникационное законотворчество

Начало работы первого кириллического домена

Закон о защите детей от информации,
приносящей вред
0+, 6+, 12+, 16+, 18+

Сочи 2014



ФОРМУЛА

В FMCG 65-70% принятий решений о покупке совершаются у полки.

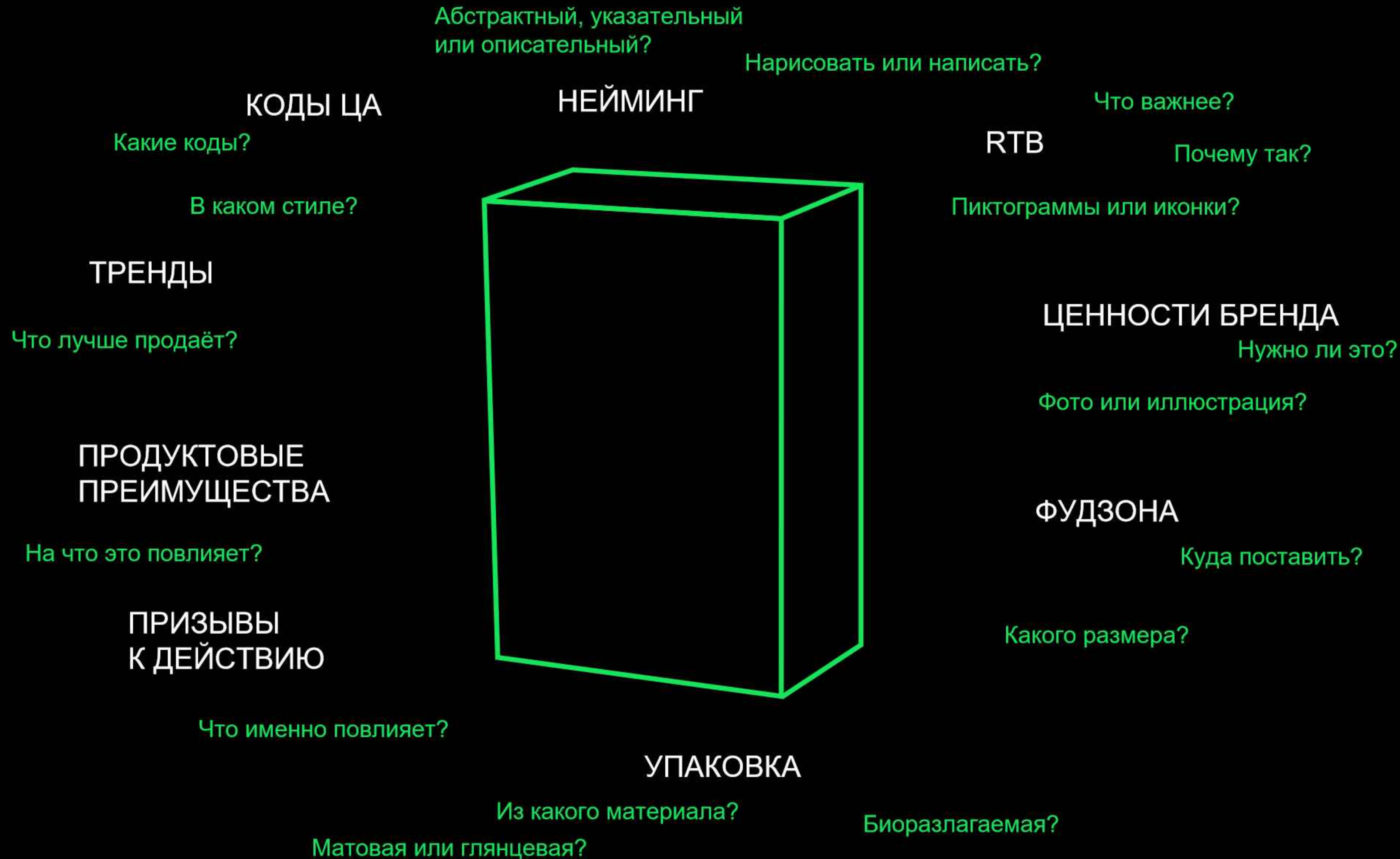
В зависимости от:

Покупательской активности

Источника информации о новинках

Лёгкости переключения

Ширины продуктового репертуара потребителя





Абстрактный, указательный
или описательный?

Нарисовать или написать?

КОДЫ ЦА

НЕЙМИНГ

Что важнее?

Какие коды?

RTB

Почему так?

ТРЕНД

Что лучше прод



**ОТКАЗ ОТ ВСЕХ КЛЕЙМОВ
И СООБЩЕНИЙ**

иконки?

СТИ БРЕНДА

Нужно ли это?

ПРОДУКТ
ПРЕИМУЩЕСТВА

На что это пов



**ДИСЦИПЛИНИРОВАННЫЙ
ФОКУС НА ГЛАВНОМ**

ФОТО или иллюстрация?

А

Куда поставить?

ПРИ
К ДЕЙСТВИЮ

Что именно повлияет?

УПАКОВКА

Из какого материала?

Биоразлагаемая?

Матовая или глянцевая?

ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИТИКА

ПОРТФЕЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ

АРХИТЕКТУРА БРЕНДА

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

БРЕНДИНГ

ПРОИЗВОДСТВО





FUN GINEE RING



Категория в начале проекта:
примерно 4 стабильных эко-бренда на полках



Категория в начале проекта:
примерно 4 стабильных эко-бренда на полках

Категория в середине проекта:
около 9 эко-брендов в разных ценовых сегментах



Категория в начале проекта:
примерно 4 стабильных эко-бренда на полках

Категория в середине проекта:
около 9 эко-брендов в разных ценовых сегментах

Категория к моменту запуска продукта:
полноценный сегмент азиатских брендов,
не менее 15 эко-брендов во всех ценовых сегментах







МИССИЯ БРЕНДА

В рамках устойчивого развития, в соответствии с принципами безопасности и экологичности, мы создали для вас линейку моющих и чистящих средств Green Love.

Green Love - это прежде всего безопасная уборка и уменьшение нагрузки на окружающую среду. Green Love эффективно моет и чистит, не вредит человеку, животным и окружающей природе!

GREEN LOVE – экологичные средства по уходу за домом, в состав которых входят растительные компоненты натурального происхождения и предназначены для ежедневного применения и поддержания чистоты в доме!

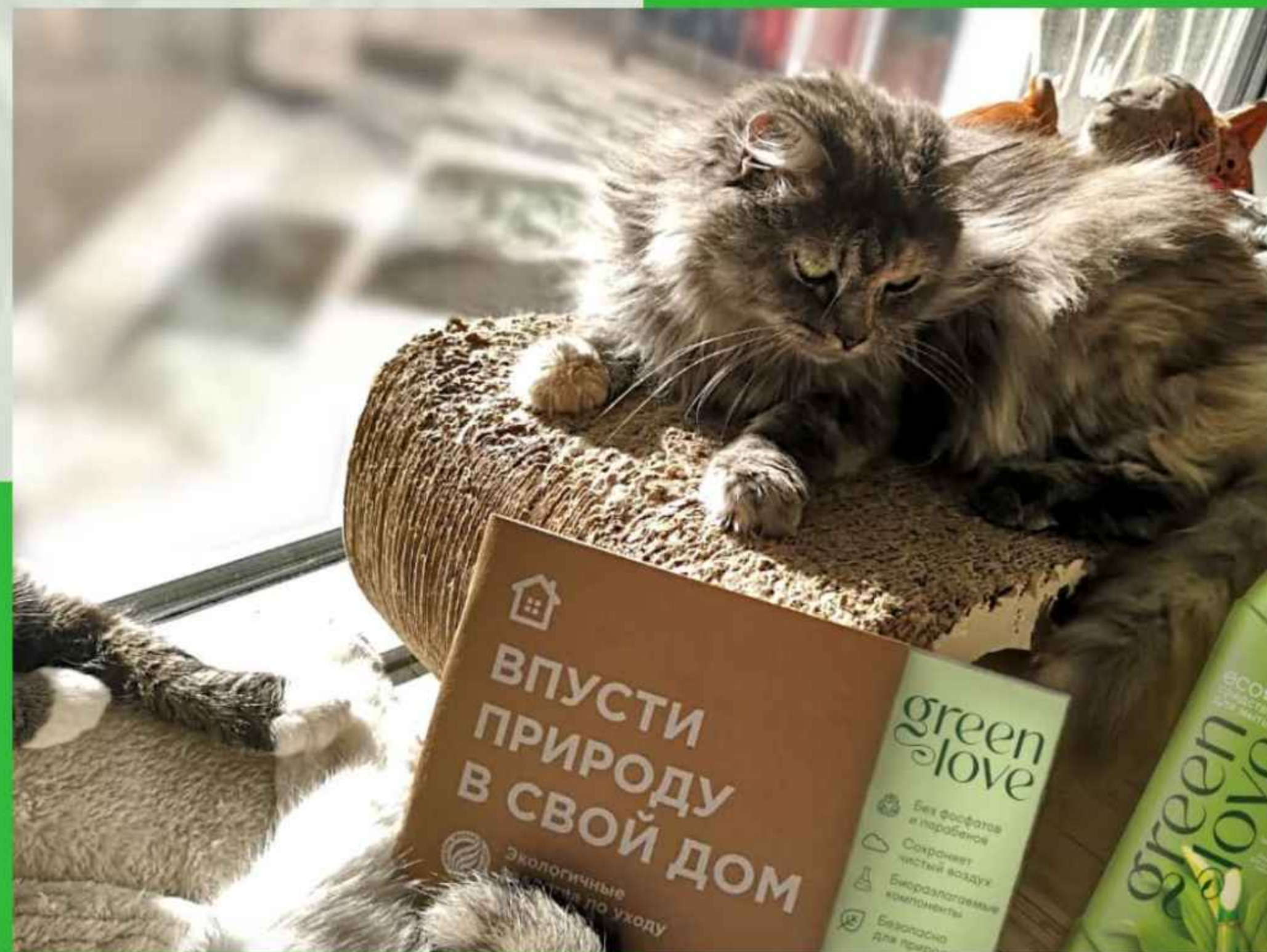
Фокус бренда направлен на устойчивое развитие. Все наши составы биоразлагаемы, не содержат микропластика, а флаконы на 100% пригодны к вторичной переработке. Высокая эффективность в согласии с природой.



СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ

Активно участвуя в социальных проектах, Green Love принимает на себя социальную ответственность.

И в рамках этих проектов, мы заботимся о братьях наших меньших и об окружающей среде:



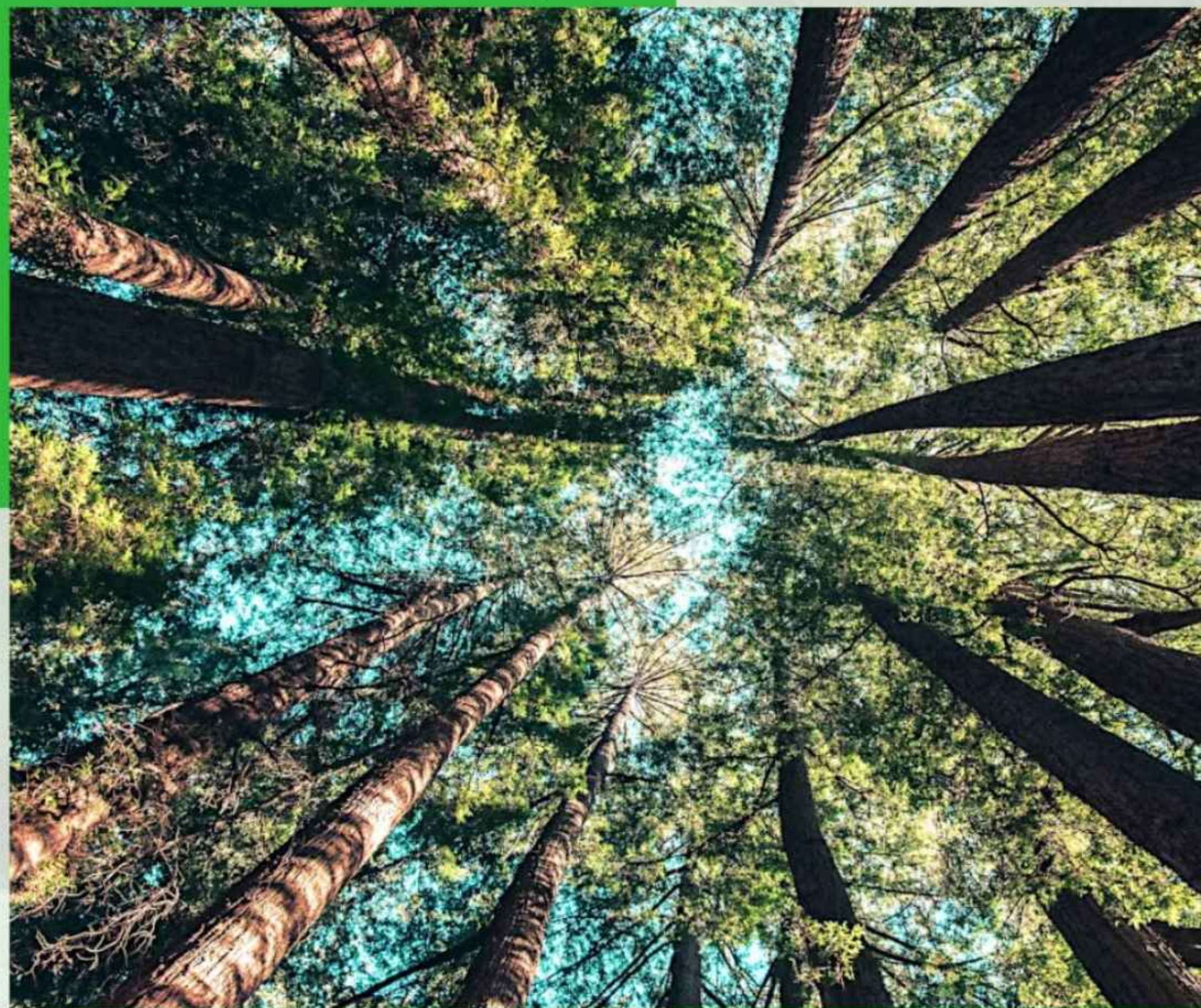
Поддерживаем сеть котокафе «Котики и люди», первое заведение для котов, взрослых и детей в г. Москва, а также первое в Европе котокафе «Республика кошек» и «Республика котов».

Здесь можно найти и выбрать кошку для своей семьи. Все кошки котокафе были спасены с улицы или от них отказалась прежняя семья.

Участвуем в акциях «Посади лес», направленных на спасение лесов России.

Нерациональное использование лесных ресурсов, пожары и урбанизация уже привели к глобальной экологической проблеме.

Сажая деревья, мы создаем естественную среду обитания, и этим помогаем сохранить окружающую среду и животный мир.



WONDER^{LAB}

Весёлая
понятная
инженерия
экологии



Правильная, добрая
забота друг о друге,
о животных,
о планете

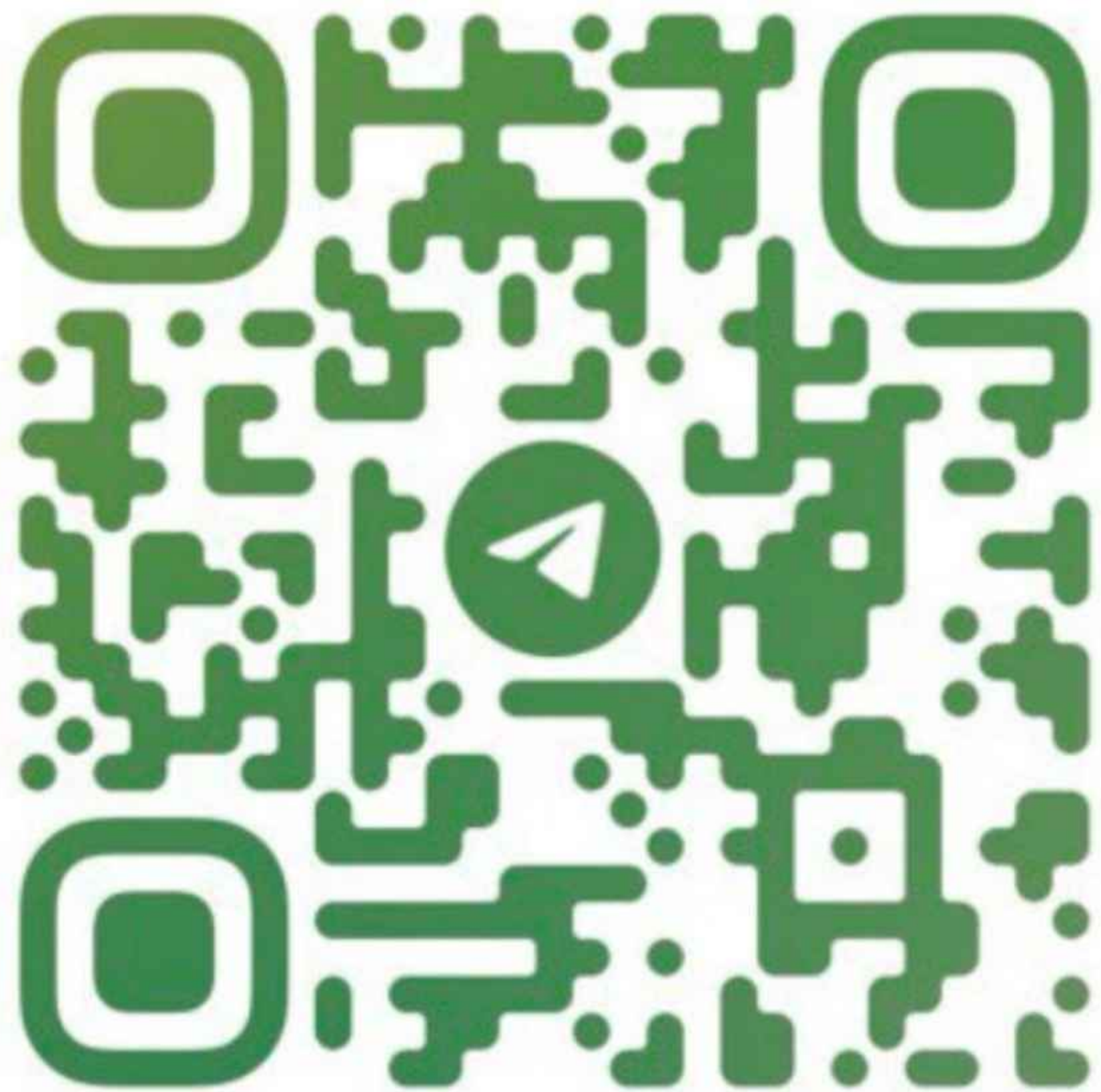
Не бойтесь ставить перед собой амбициозные задачи.

Бытовая химия не обязательно должна стоять
в шкафчике под раковиной!

Она может стать полноценным накопителем
ценностей ее пользователей

СПАСИБО!

Я отвечаю на вопросы,
Вы подписываетесь на каналы



@DEPOT_BRANDING

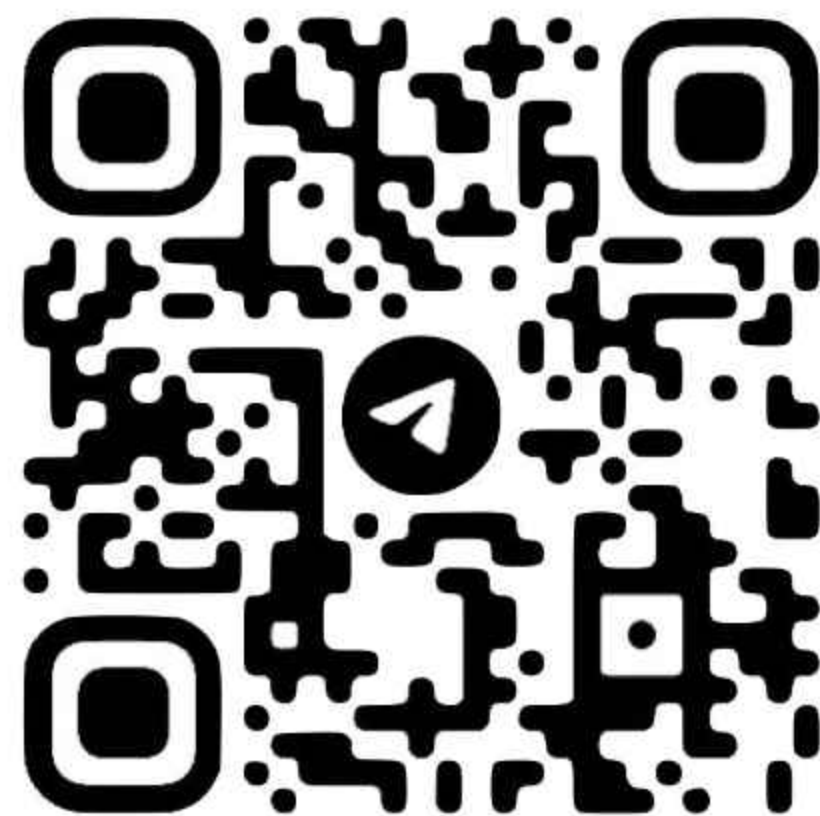


Даша Сулова-Огненная



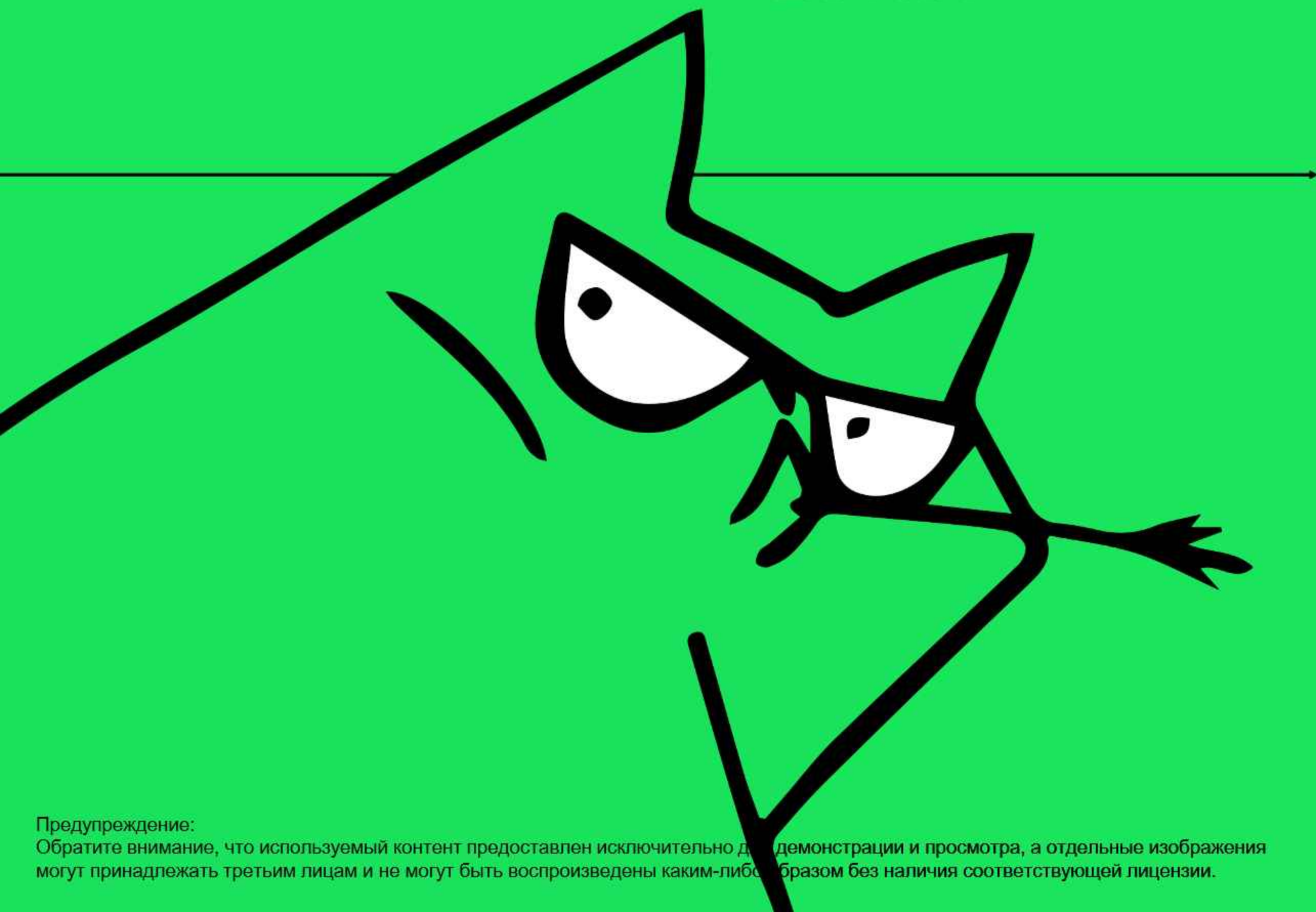
+7 915 216 64 18

Авторская колонка про стратегию в Telegram:
🔥Огненная🔥 про стратегию



depot

вы нас знаете
25 лет



СПАСИБО!

Предупреждение:
Обратите внимание, что используемый контент предоставлен исключительно для демонстрации и просмотра, а отдельные изображения могут принадлежать третьим лицам и не могут быть воспроизведены каким-либо образом без наличия соответствующей лицензии.