



MARSPO

Конференция по спортивному
маркетингу



MARIA PAULA MUNOZ
THE NEWS STUDIO

Chief Design Officer



DENIS SOLDATENKO
THE NEWS STUDIO

*Business Development
Director (Europe & Asia)*

БРЕНДИНГ КАК КЛЮЧЕВОЙ ИНСТРУМЕНТ СПОРТИВНОГО МАРКЕТИНГА



12-13 АПРЕЛЯ 2017 ГОДА □
«ОТКРЫТИЕ АРЕНА» МОСКВА



www.marspo.ru
facebook.ru/marspo

The News

GRAPHIC DESIGN STUDIO

Мы ищем **идеальный баланс** между **свободой творчества** и **функциональным дизайном**. Мы совмещаем различные разделы дизайна, что заставляет нас исследовать, узнавать и открывать новые навыки и решать уникальные задачи.

Мы находимся в Барселоне, Испания.

ЭКСПЕРТИЗА

БРЕНДИНГ
ВЕРСТКА
ИЛЛЮСТРАЦИИ
ТИПОГРАФИКА
УПАКОВКА
ДИЗАЙН ПРОДУКЦИИ
ТЕКСТИЛЬНЫЙ ДИЗАЙН

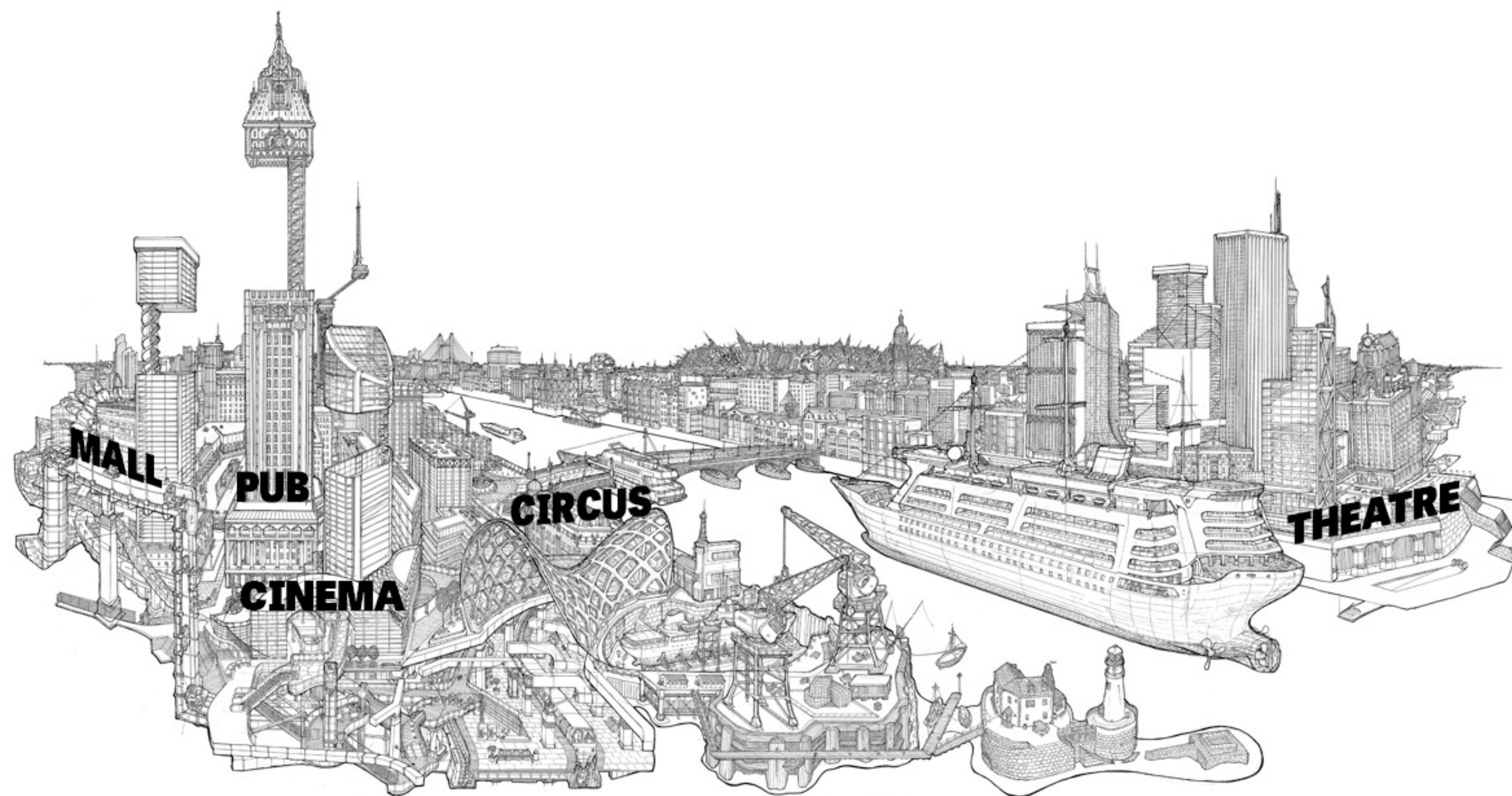
НЕКОТОРЫЕ КЛИЕНТЫ

FCBARCELONA
FCZENIT
MOTOGP
FRIDA KAHLO
ART ASK AGENCY
RUSSIAN EVENT

УРОКИ ЭВОЛЮЦИИ ПОЧЕМУ ВНЕШНИЙ ВИД ТАК ВАЖЕН?



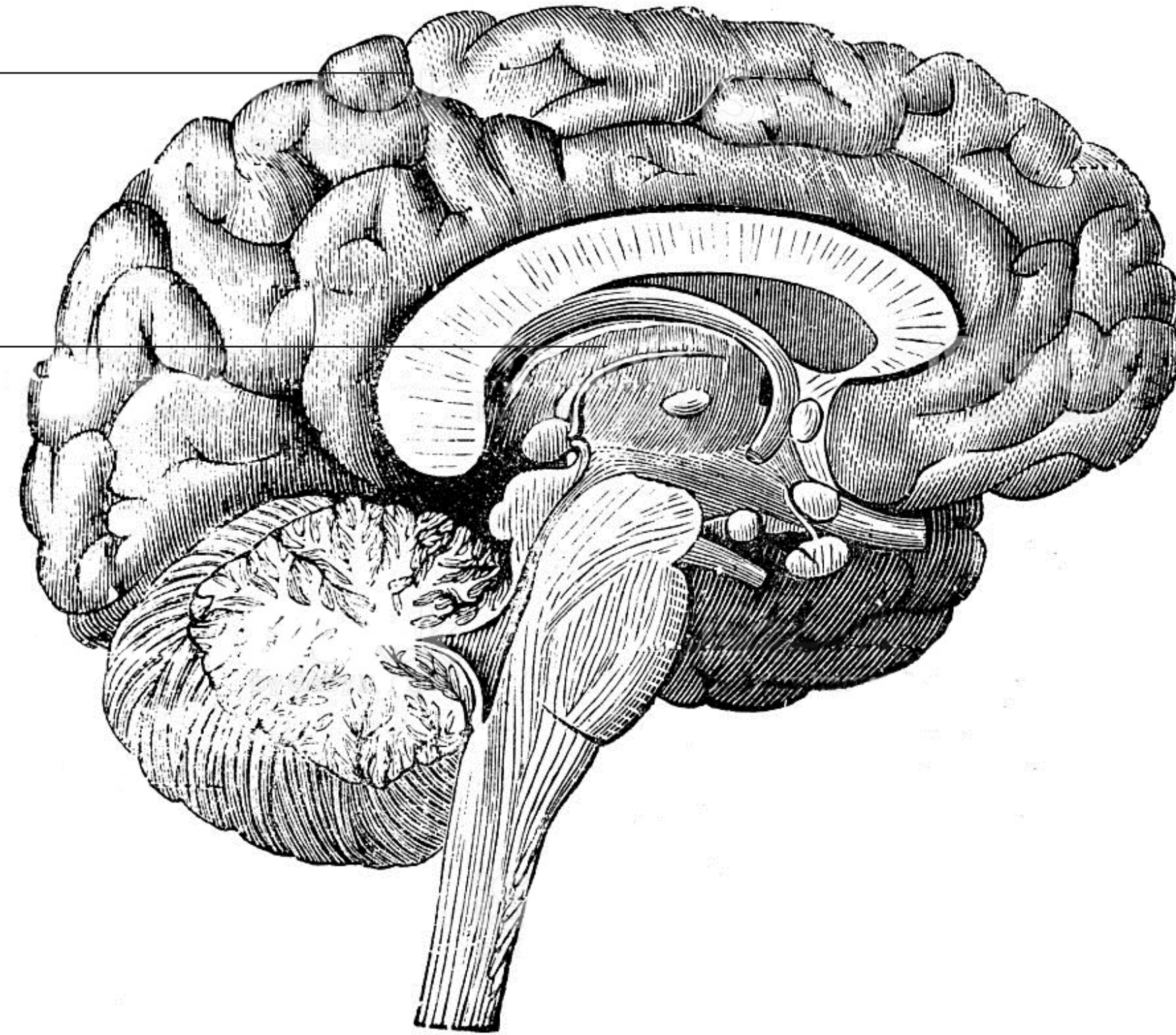
НАСТОЯЩИЕ КОНКУРЕНТЫ СОПЕРНИКИ В ОБЛАСТИ ДОСУГА



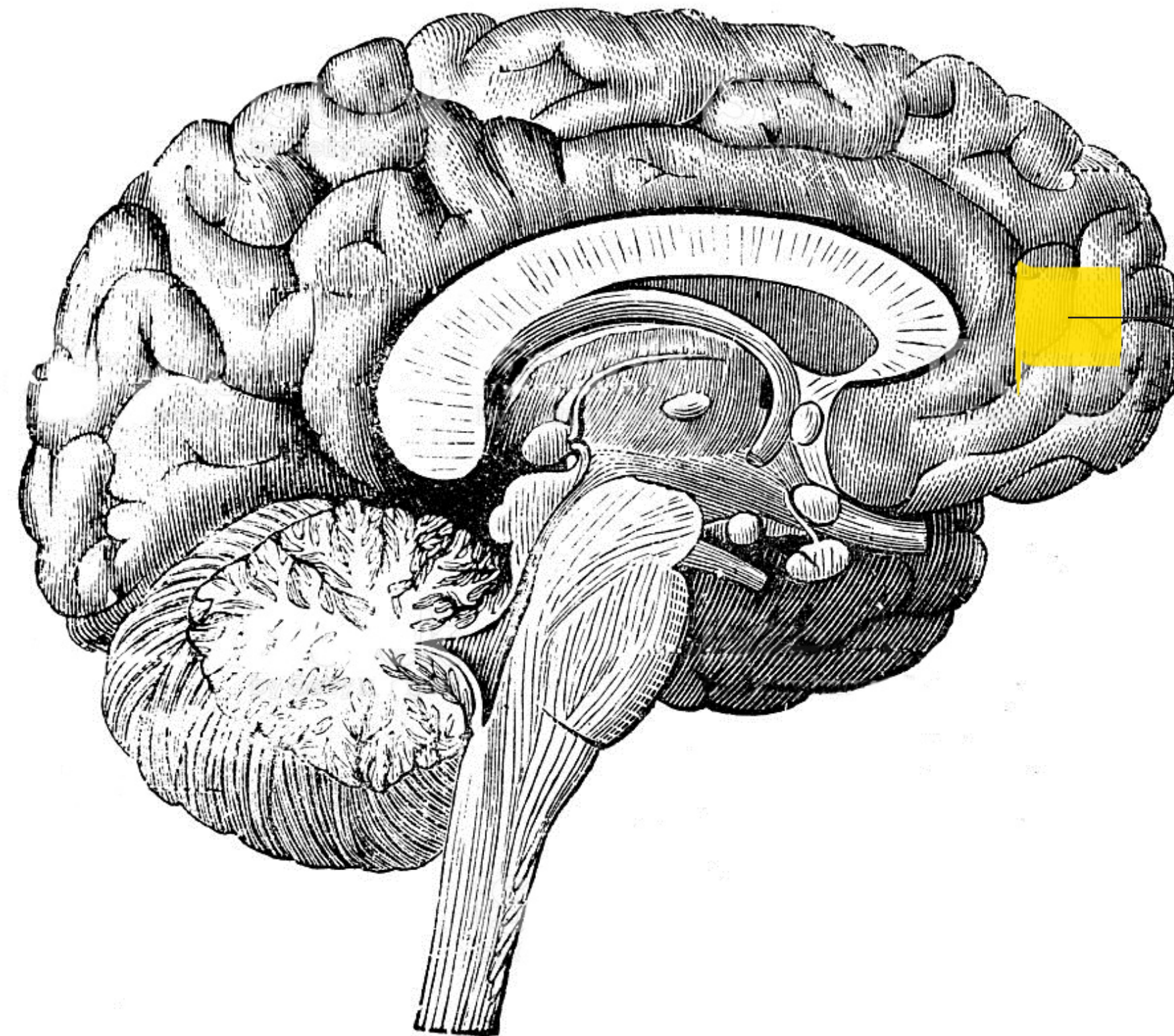
СТРУКТУРА МОЗГА КАК МЫ ПРИНИМАЕМ РЕШЕНИЯ

НЕОКОРТЕКС

ЛИМБИЧЕСКАЯ СИСТЕМА



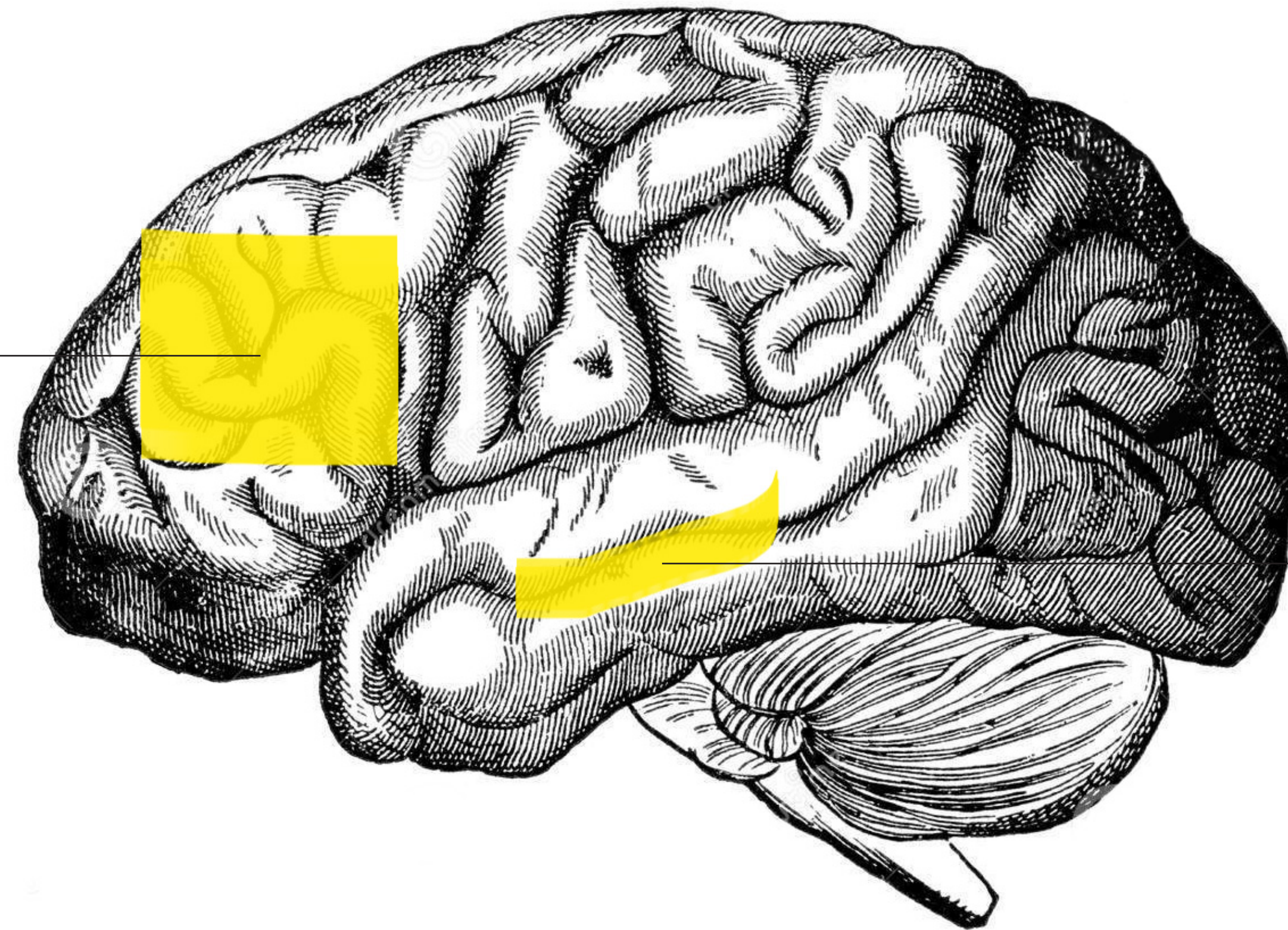
КОЛА ПРОТИВ ПЕПСИ ЧТО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВАЖНО



ОРБИТОФРОНТАЛЬНАЯ
КОРА

КОЛА ПРОТИВ ПЕПСИ ЧТО ДЕЙСТВИТЕЛЬНО ВАЖНО

ДОРСОЛАТЕРАЛЬНАЯ
ПРЕФРОНТАЛЬНАЯ
КОРА



ГИППОКАМП

РЕВОЛЮЦИЯ КРИКЕТА КАК СПОРТ СТАЛ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ПРОДУКТОМ



ЧТО ТАКОЕ БРЕНД? СТРАТЕГИЧЕСКИЙ БРЕНД МЕНЕДЖМЕНТ



ПРИМЕР
SOCCEROOS

Национальный символ

Колумбия - Los Cafeteros

Бразилия - Seleçao

SOCCEROOS

EVERYTHING IS ON THE LINE
SYDNEY, STAND AS ONE WITH THE SOCCEROOS

SOCCEROOS V IRAQ
2014 FIFA WORLD CUP BRAZIL
ASIAN QUALIFIER
TUESDAY 18 JUNE AT 7:30PM
STADIUM AUSTRALIA
TICKETS ON SALE NOW
FOOTBALLAUSTRALIA.COM.AU/TICKETS

TICKETS FROM
\$40

SKILLERMOVES.COM
TWITTER: @SKILLERMOVES

RISE WITH THE SOCCEROOS!

AUSTRALIA

ПРИМЕР
PREMIER LEAGUE

Мобильный приоритет

Акцент на трансляции

Консистентность

Насыщенные цвета



АССОЦИАЦИИ БРЕНДА
LA LAKERS

Фиолетовый и жёлтый



АССОЦИАЦИИ БРЕНДА
PHOENIX SUNS

Всегда солнечно



УТОЧНЕНИЕ ТЕРМИНОВ

БРЕНД:

Бренд — это обещание, это послание потребителям. Он состоит из **материальных** и **нематериальных** элементов.



БРЕНД:

Бренд — это обещание, это послание потребителям. Он состоит из **материальных** и **нематериальных** элементов.



ЛОГОТИП (читай ЛИЧНОСТЬ):

Графический символ, который олицетворяет организацию/продукт/сервис.



Фирменный знак или Символ

FIFA

Лигатура или Логотип



Комбинация Лигатуры и Символа

УТОЧНЕНИЕ ТЕРМИНОВ

БРЕНДИНГ:

Восприятие, которое потребитель имеет/ получает от компании/услуги.

Это восприятие формируется на основании информации, получаемой из различных источников и опыта, приобретаемого от предложения.

ГРАФИКА

ЛОГОТИП

ДЕКОР

ПРОДУКТ

ВЕБ-САЙТ

СОТРУДНИКИ

ВЫВЕСКА

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
С КЛИЕНТОМ

УПАКОВКА

УТОЧНЕНИЕ ТЕРМИНОВ

БРЕНДИНГ:

Восприятие, которое потребитель имеет/ получает от компании/услуги.

Это восприятие формируется на основании информации, получаемой из различных источников и опыта, приобретаемого от предложения.

ГРАФИКА

ЛОГОТИП

ДЕКОР

ПРОДУКТ

ВЕБ-САЙТ

СОТРУДНИКИ

ВЫВЕСКА

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ
С КЛИЕНТОМ

УПАКОВКА

ЭТО НЕ ТО,
ЧТО **ВЫ** ДУМАЕТЕ...

ЭТО ТО, ЧТО
ОНИ ДУМАЮТ!

**С первых дней человек чувствует
необходимость в различении и
узнавании вещей.**

В ДРЕВНОСТИ

- **“BRANDR”** — древнее Скандинавское слово, "жечь/метка"
- Викинги отмечали свой скот прижигая символ на животном
- Древнегреческие ремесленники отмечали свою керамику символами

1820

- **Массовое производство и распространение**
- Символ / метка теперь означает не только принадлежность, но и качество

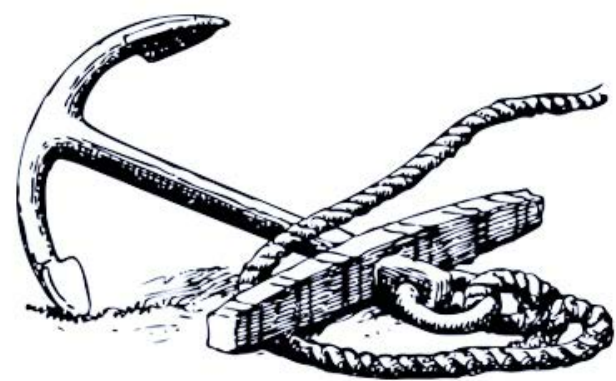
1870

- Регистрация символов/марок
- Бренды начинают давать **ОБЕЩАНИЯ**
- Бренды становятся **ЦЕННЫМИ**

1930

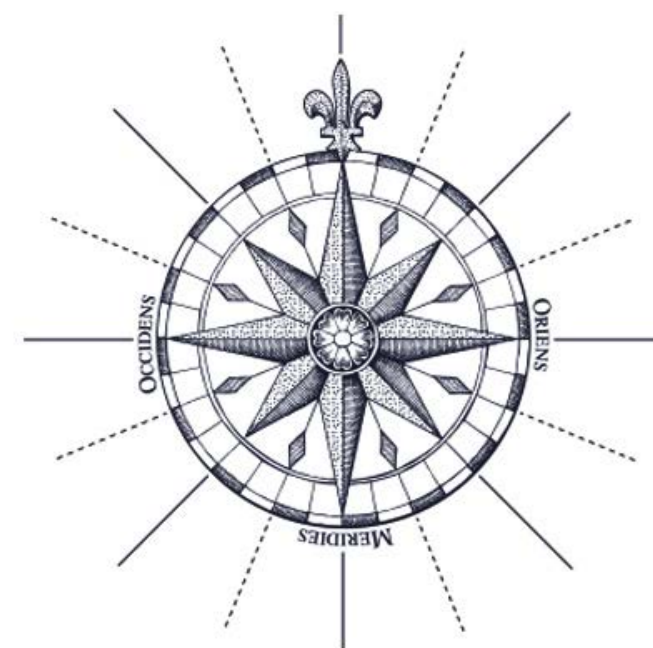
- **Расцвет СМИ**
- **Связь идеи с переменной поведения покупателей**
- Бренды ассоциируются с **ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ВЫГОДОЙ**

Наш подход прост и понятен.
Гибкость позволяет реализовать любой дизайн-
проект независимо от размера клиента.



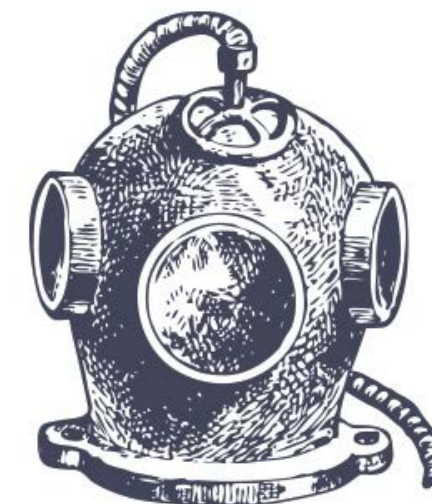
1. ПОДНЯТЬ ЯКОРЯ!

Первая встреча с клиентом



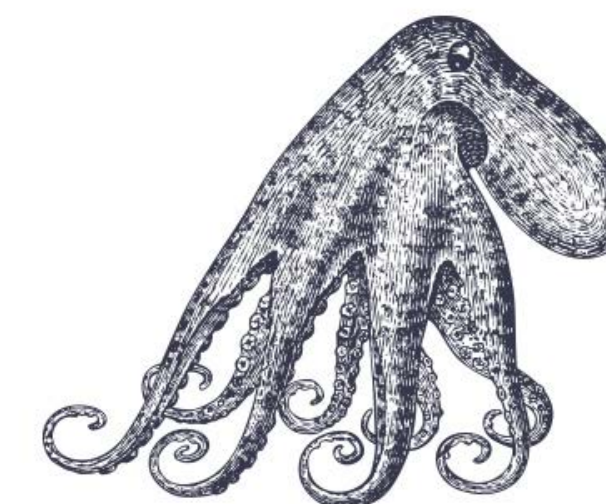
2. КУРС НА СЕВЕР

Создание технического задания



3. ПОГРУЖЕНИЕ

Исследование



4. ОТКРЫТОЕ МОРЕ

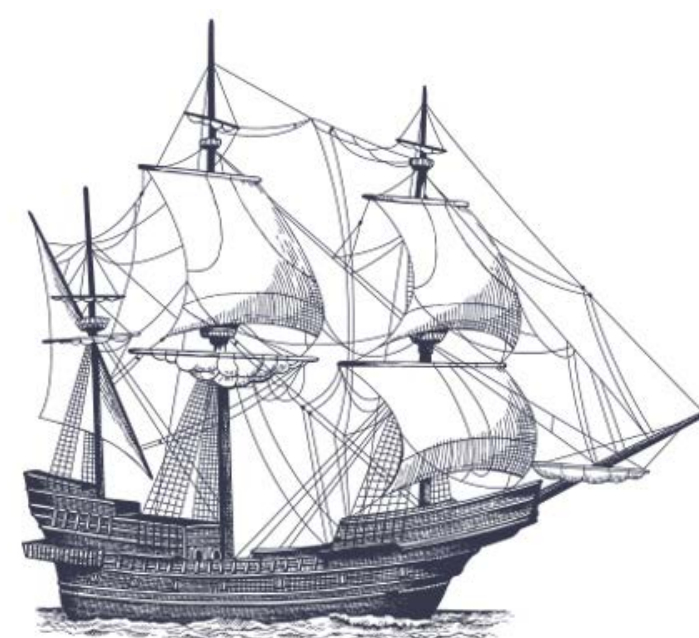
Первая итерация дизайна

МЕТОДОЛОГИЯ РАБОТЫ



5. ВСТРЕЧА И ОТЗЫВ

Презентация дизайна



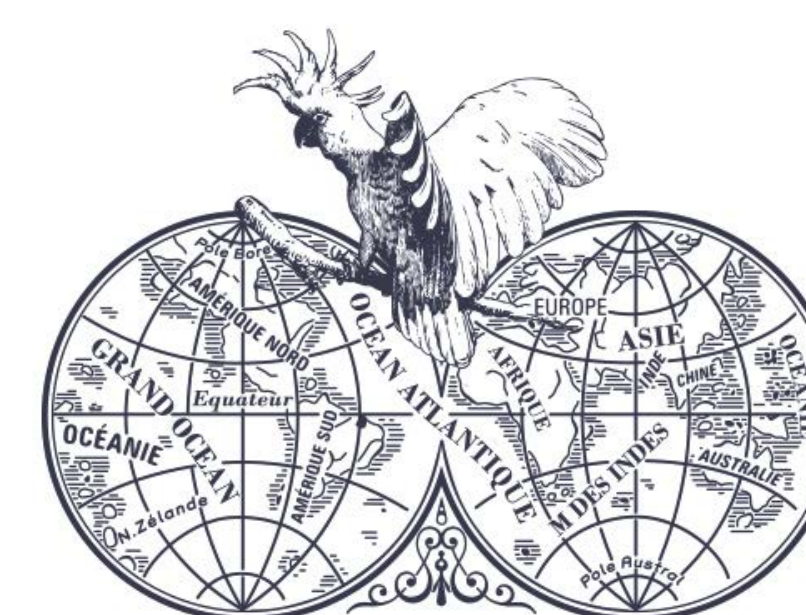
6. ПОПУТНЫЙ ВЕТЕР

Вторая итерация дизайна



7. ВИЖУ ЗЕМЛЮ!

Финальная встреча



8. ПУТЕШЕСТВИЕ ПРОДОЛЖАЕТСЯ

Подготовка и передача макетов



ПРОЕКТ 01: ФК Zenit



С.-Петербург, Россия

ЗАПРОС:

Создание памятной **визуальной айдентики** для **празднования 90-летия** клуба. Клуб хотел сделать особый акцент на **сильную связь между фанатами и городом.**

УСЛУГИ:

- Основной логотип
- Иллюстрации
- Узоры
- Примеры применения

ПРИМЕНЕНИЕ:

Для использования при разработке фирменной продукции и различных видах коммуникаций в течение всего.

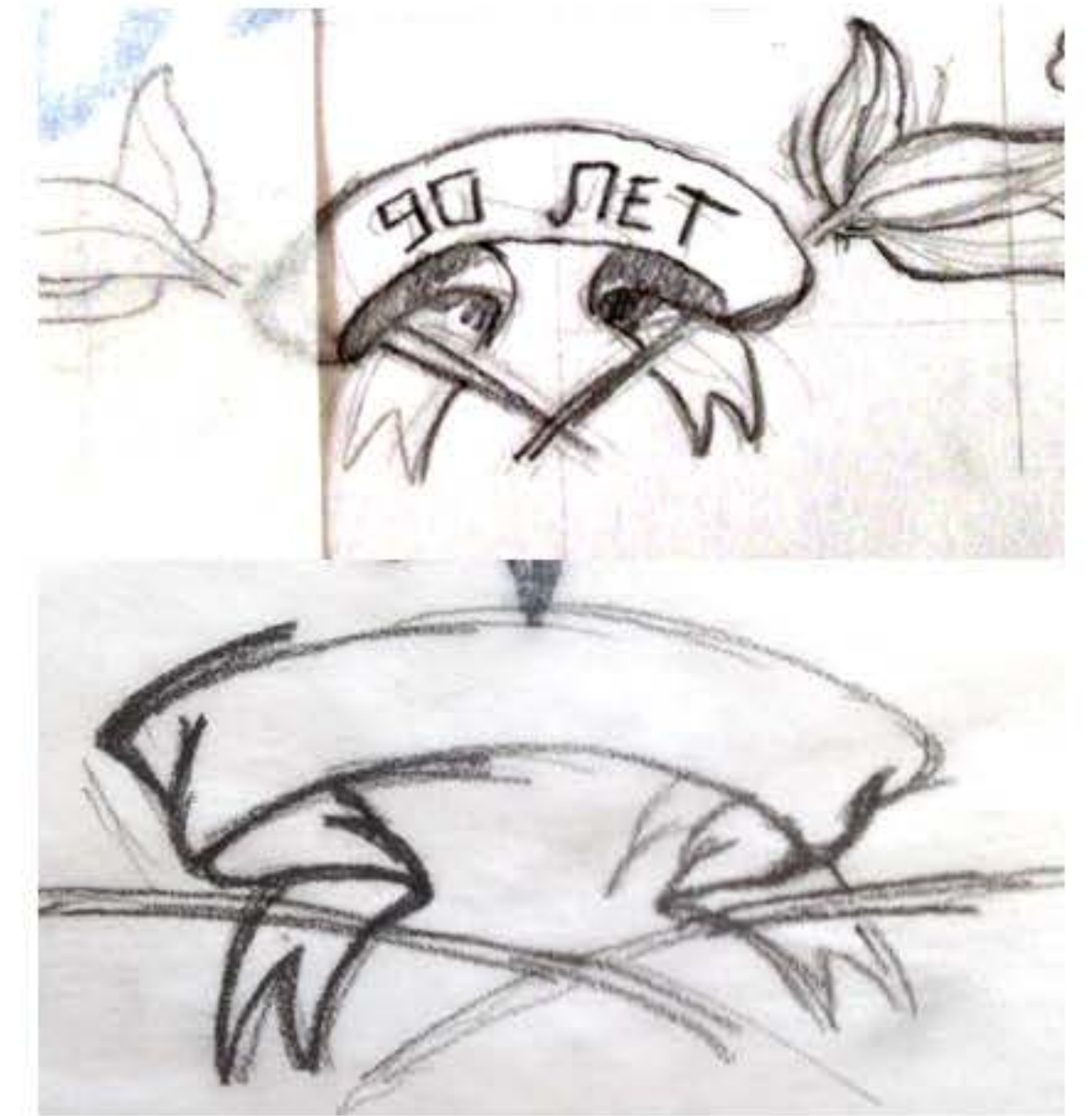
Основное событие было освещено в многочисленных новостных сюжетах по всей стране.

ПРОЕКТ: ФКЗ-90

Наброски и идеи

Бумага и Карандаш.

Рисование вручную.



История

Традиции / Символизм

Чествование

Внедрение лого клуба

Связь с городом

Городские монументы

Винтаж / Модерн



ПРОЕКТ: ФКЗ-90

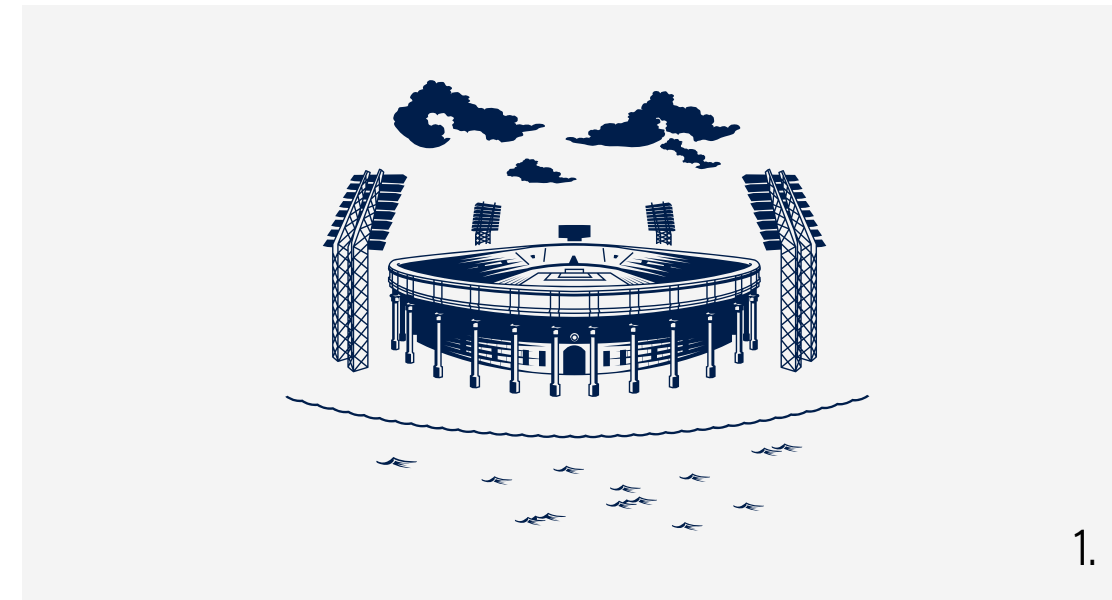
Финальный Дизайн



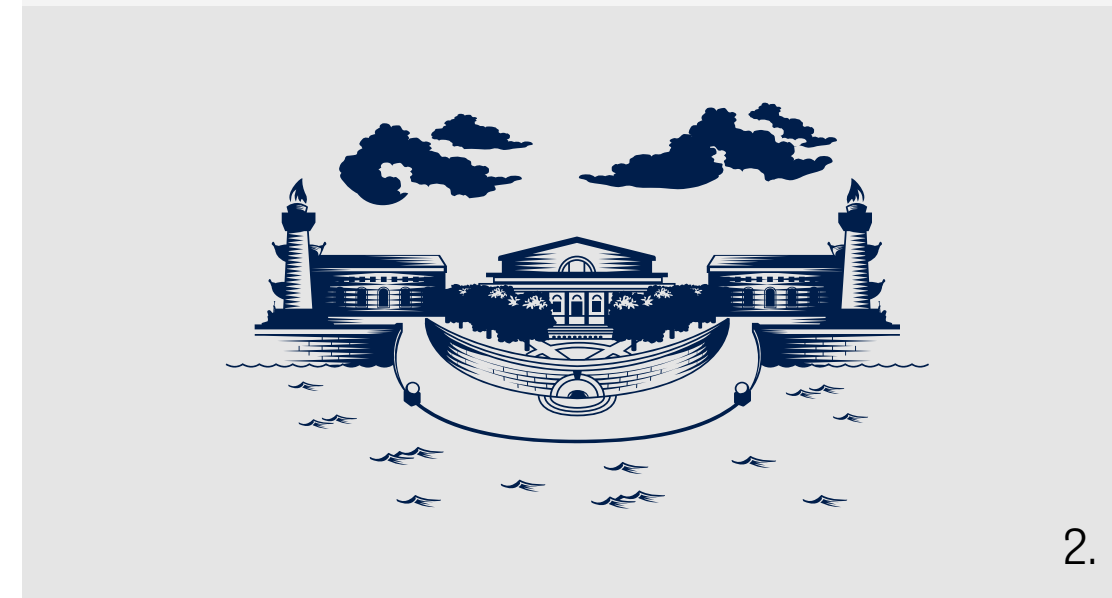
НАВЕРХУ: Основной логотип

СПРАВА (сверху вниз):

1. Стадион Петровский
2. Васильевский остров
3. Эмблема Парусника
4. Александрийский столп



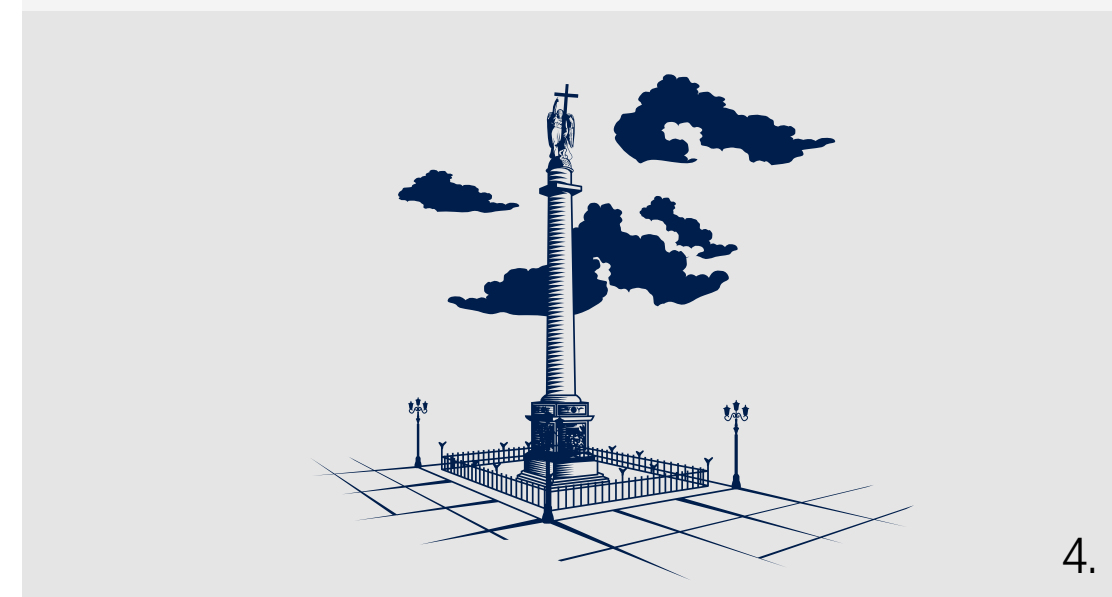
1.



2.



3.



4.



ПРОЕКТ: ФКЗ-90



25 МАЯ 1925
Санкт-Петербург, Россия



Национальное и местное телевидение транслировало празднование, освещая бренд на всю страну.



ЗИМНИЕ И ЛЕТНИЕ ШАРФЫ, НА ЛЮБОЙ СЕЗОН



ПРОЕКТ 02: FC Barcelona



Барселона, Испания

ЗАПРОС:

Разработать **премиум-концепцию** продукции для самых притязательных фанатов **обоих полов**.

Путем запуска линейки продуктов высокого уровня, клуб стремился поднять стандарты восприятия их традиционной фирменной продукции.

УСЛУГИ:

- Иконографика
- Узоры
- Концепции продуктов
- Примеры применения

ПРИМЕНЕНИЕ:

Для эксклюзивной продажи в FCB megastore и официальных магазинах по всему миру.

ПРОЕКТ: FCB - Премиум

Иконографика и узоры

Усиление цветов Blau Grana.

Важность материалов для создания согласованного, целостного стиля.





Векторный узор

Узор на продукте





ПРОЕКТ 03: MotoGP



Барселона, Испания

ЗАПРОС:

Разработать **стайл-гайд** с двумя новыми коллекциями: Коллекция **для фанатов** и коллекция **«Легенды»**. В рамках нового единого гайда обновить стиль предыдущих коллекций, а также разработать новый дизайн упаковки.

УСЛУГИ:

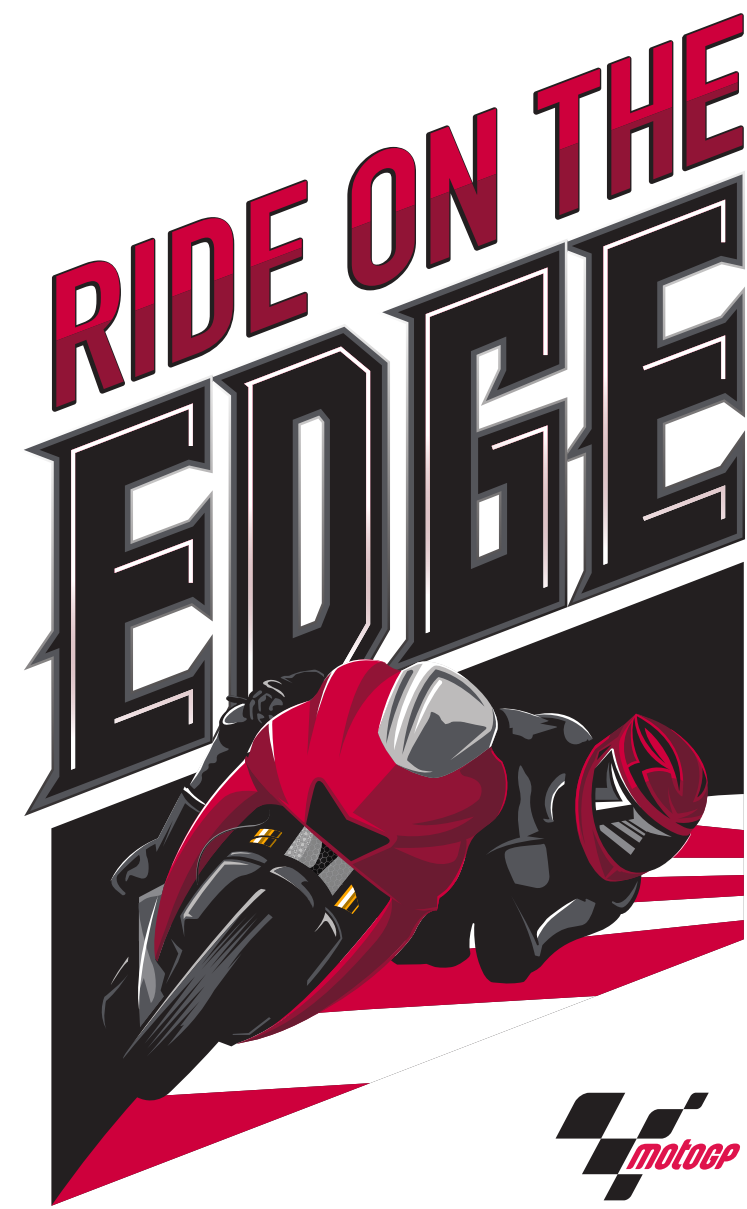
- 2 коллекции с иконографикой и узорами
- Упаковка
- Примеры применения

ПРИМЕНЕНИЕ:

Для продажи по всему миру и во время Гран-При.

ПРОЕКТ: MotoGP

Коллекция для фанатов



ПРОЕКТ: MotoGP

Коллекция «Легенды»



Страницы стайл-гайда

СОВЕТЫ И СЕКРЕТЫ:

- **ДАВАЙТЕ СВОБОДУ И ДОВЕРЯЙТЕ СВОИМ ТВОРЦАМ.**
 - **НЕ ПОЗВОЛЯЙТЕ ЛИЧНОМУ ВКУСУ ОПРЕДЕЛЯТЬ/СУДИТЬ ВАЖНЫЙ ШАГ.**
 - **ПОТРАТЬТЕ ВРЕМЯ НА СОЗДАНИЕ ХОРОШЕГО БРИФА. ЧЕМ ПОЛНЕЕ, ТЕМ ЛУЧШЕ.**
 - **РАБОТАЙТЕ С ПРОФЕССИОНАЛАМИ И ИЩИТЕ КОМАНДУ.**
-



MARSPO

Конференция по спортивному
маркетингу

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



12-13 АПРЕЛЯ 2017 ГОДА □
«ОТКРЫТИЕ АРЕНА» МОСКВА



www.marspo.ru
facebook.ru/marspo