



**BALKANS INTERNATIONAL WINE
COMPETITION AND FESTIVAL**



Асоциация на
Интериорните
Дизайнери в
България

ИДЕНТИЧНОСТТА, КАТО НОСИТЕЛ НА КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТ ПРИ ВИНАРСКИТЕ ИЗБИ

Лектор: д-р Светлана Станева



Каква е Вашата МИСИЯ?



Мисията е един от основните компоненти на брандинга. Тя представлява 1 или 2 изречения, в които трябва да опишете целите и ценностите на организацията.

Вашата мисия трябва да включва следните 3 точки:

- дефинирайте какво е важно за Вас
- кой е Вашия пазар
- накъде ще се насочи компанията в бъдеще.

Всяко решение на организацията трябва да отразява ценностите, които са заложиени в тази мисия.

Писането на мисия и слоган е цялостен процес.

Можете да започнете, като първо направите пълно описание на продуктите и услугите, които предлагате, защо и как сте започнали своя бизнес и кои групи потребители искате да обслужвате.

Защо брандингът е толкова важен?

Нека погледнем истината в очите - във винарския бизнес имате стотици конкуренти, които предлагат вина, подобни или дори по-добри от вашите.

Най-вероятно даже и не подозирате колко мащабна е тази конкуренция, но потенциалните ви клиенти знаят, защото правят обстойно проучване преди да вземат своето крайно решение.



Не можете да промените факта, че имате конкуренти, но можете да работите така, че да бъдете по-добри от тях.



Брандингът е **причината** за **успеха** на вашия бизнес.

Няма значение дали той е малък, среден или голям, дали предлага само вино или и други екстри - щом работите с клиенти, брандингът ви е необходим.

Какво е брандинг?

Брандингът представлява процеса на **ОТЛИЧАВАНЕ** на вас и вашата дейност от цялото море от конкуренция.

Това е стратегия за визуално и психологическо представяне на вашия бизнес, чрез което клиентите да се научат да ви асоциират и да изберат вас пред останалите.

Вашият брандинг е **ЛИЦЕТО**, което искате да се запомнят и качествата, върху които искате да се акцентира.



Успешната брандинг стратегия включва изготвяне на красиво, креативно и запомнящо се лого, впечатляващ слоган, изграждане на единна визия и т.н.

Днес имаме стотици примери за успешно изградени брандови идентичности - отхапаната ябълка, жълтата мида с червени контури, четирите успоредно преплетени кръга.

Това е успешен брандинг!

БРАНДОВА ИДЕНТИЧНОСТ
въздействаща
и емоционална



A

КУЛТУРА И ИСТОРИЯ



B

ТРАДИЦИИ И ОБИЧАЙ



C

ГАСТРОНОМИЧЕСКА КУЛТУРА



D

ВИНЕНА ПАЛИТРА
Български сортове грозде



E

СВЕТОВЕН ИМИДЖ И ВИЗИЯ



БРАНДЪТ

„Ключ към стратегическо планиране и развитие на всяка изба“



01

Брандът и стратегическото планиране са част от умениято, ловкостта и съобразителността, с които се прилага трудът и се генерират повече блага.

02

Брандът е философията на винарската изба, брандовата стратегия е стратегия за управление на продукта и ресурса

03

Брандинг е процесът на изграждане и комуникиране на името и идентичността, за да се изгради и управлява

04

Създаването на брандова личност е свързано с познаването на пазарните механизми, както и на “изместването” на конкурентите и завземане на по-голям пазарен дял.



Разграничете се от конкурентите си!

Запитайте се защо Target аудиторията Ви трябва да избере Вас? Дали е заради широката продуктова гама или уникален продукт, с който превъзхождате конкурентите си или с Вашата достъпност ?

Изключително важно е да успеете да изразите Вашата увереност, че компания Ви е най-добрия избор.

Особено ако сте нова компания или малък бизнес, не можете да очаквате да постигнете успех без да разграничите себе си от Вашата пряка конкуренция, много от която най-вероятно е в тази сфера много по-дълго време от Вас.

ПЪТЯ НА ВИНОТО



ДЕГУСТАЦИИ

ВИНЕНИ ТУРОВЕ

**МАЙСТОРСКИ
КЛАСОВЕ**

ПРОФИЛ НА КЛИЕНТА



КОМУНИКАЦИЯ С КЛИЕНТИ

Информационни бюлетини в социалните мрежи, сайт на винарската изба, бизнес мрежа от партньори

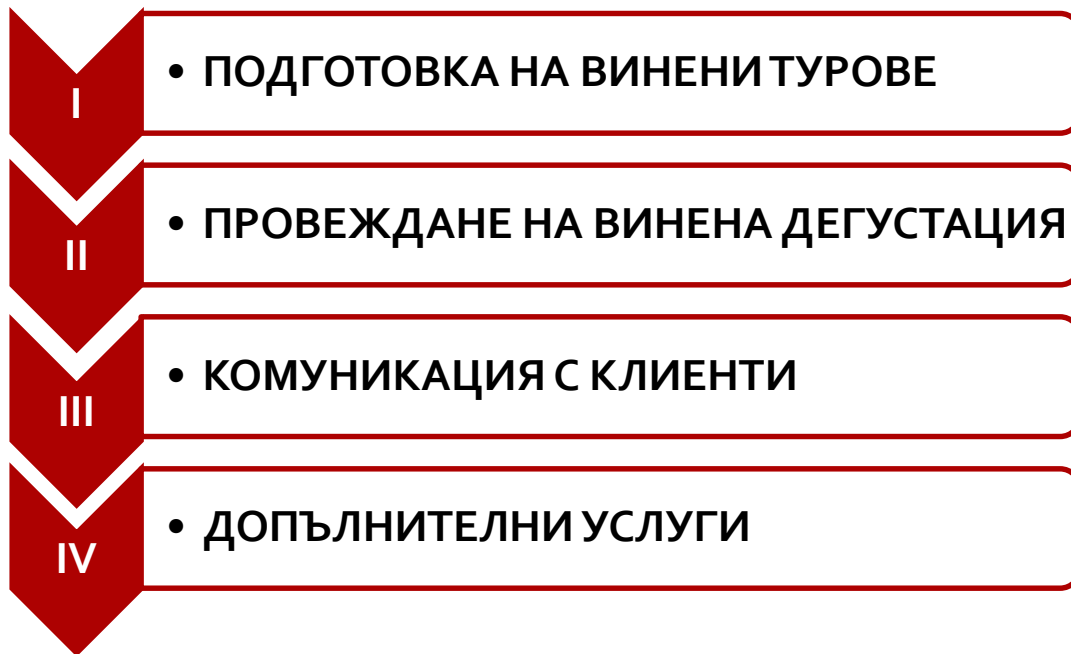
Събитен календар на винарската изба, фестивали, панаири, винени турове в 3-4 изби и др.

КЛИЕНТИ

Сувенири, рекламни материали на винарската изба, визитки, чаши за вино, рисувани картини с вино

Клуб за ценители, клиентски карти за редовни клиенти, трезори за вино

ВИНЕНИ ТУРОВЕ И ДЕГУСТАЦИИ



ВИНЕНИ ТУРОВЕ И ВИНЕНА АНИМАЦИЯ



- ✓ Фирмената философия на винарската изба изразява ангажимента да се правят вина със собствен облик, характер и индивидуалност, различни и разпознаваеми в брандови серии.
- ✓ За провеждането на туристически винени турове са необходими **ресурси.**



Видове дегустации



Дегустация на различни видове вина

Дегустация на **ХРАНИ** с подходящи вина:

Дегустация на **ВИНО** с подходящи храни

Дегустация на различни видове **ВИНА**



Готови дегустационни пакети от 1, 3, 5 и повече вина - леки младо вино, сухо бяло, розе, отлежало червено, сладко бяло и десертно.



Селекция от изискани вина - например пет различни сорта като зинфандел, пино ноар, каберне, мерло и шира, за да усетите коренните разлики между така наречените червени вина.



Избор на едно вино от различни държави и региони, за да определите какъв е основният вкус на виното и как може да варира в зависимост от района, където е зряло гроздето.



Хоризонтална дегустация на десет вида вино от една и съща година, но от различни изби.



Вертикалната дегустация на вино от различна година или реколта.

Дегустация на **ХРАНИ** с подходящи **вин**



Дегустация на **сирена**



Дегустация на **предястия, морски деликатеси, меса и месни продукти**



Дегустация на **ястия от месо и месни продукти**



Дегустация на **риба и морски деликатеси**



Дегустация на **десерти**

Дегустация на **ВИНО** с подходящи храни:



Балансиране между вкуса и аромата на вина с различни видове сирена.



Дегустация на вина с **месни** продукти.



Градация на вината и храната.



Дегустация на вина с **дивеч** и деликатеси.



Дегустация на вина с подходящи десерти.

Създайте уникално лого за Вашия бранд!

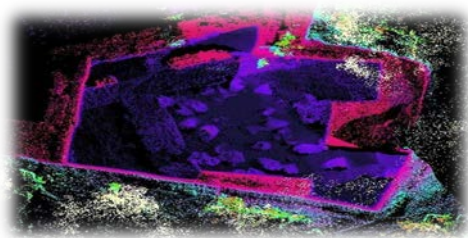
Проектирането на лого, което да хваща окото и да представлява бизнеса Ви, също помага да се отличите от конкуренцията. Вашето лого трябва веднага да разказва на света за културата и ценностите на фирмата и да помага за изграждането на брандовата идентичност на компанията. Всеки познава поне няколко известни лога и техните брандове.....

Виждате ли колко е важно за бизнеса логото на бранда!

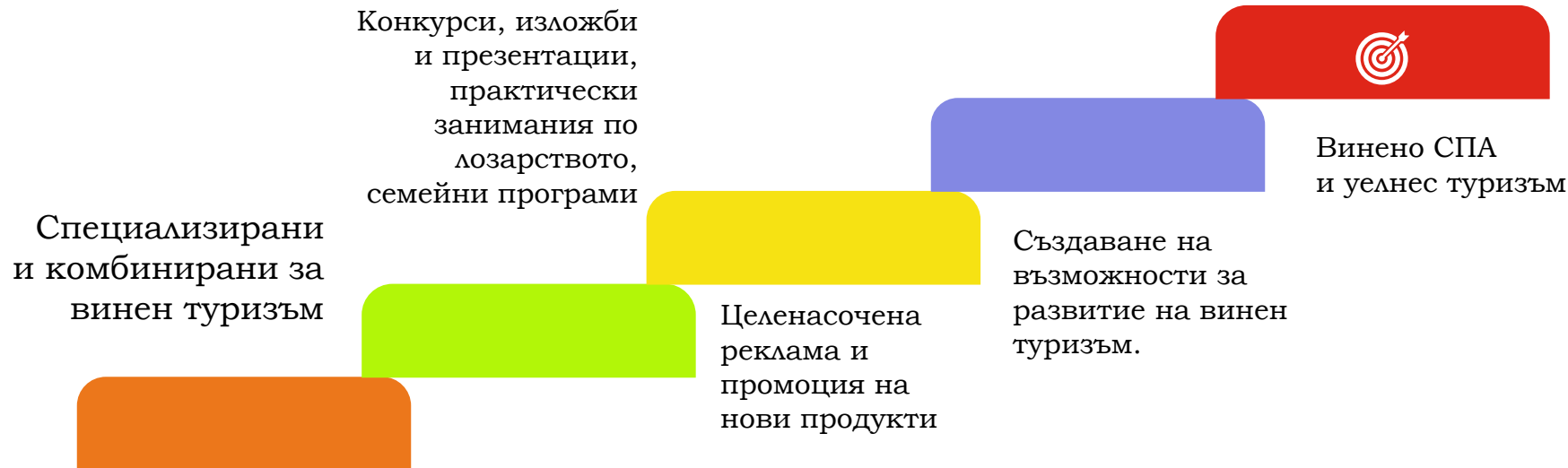
Затова не пестете разходи в тази област и никога не се задоволявайте с нещо, в което не се влюбвате от пръв поглед. Веднъж видяло бял свят, е много трудно да бъде заменено едно лого и често се налага *цялостно ребрандиране* на Вашата марка.

БРАНДОВИ АЛТЕРНАТИВИ

- ✓ **Разработване на фирмена стратегия;**
- ✓ **Определяне на продуктова политика;**
- ✓ **Подобряване на координацията;**
- ✓ **Оптимално позициониране;**



АВТЕНТИЧЕН (БРАНДОВ) ВИНЕНЕН ТУРИЗЪМ



Направете професионален уебсайт!

Това може да Ви се струва очевидно, но да имате професионално направен сайт е задължително! Не е задължително той да е скъпо струващ. Разбира се, изцяло направен сайт по всички **Ваши критерии** ще отговори на всички Ваши технологични нужди.

Не забравяйте освен това да обърнете внимание на *мобилното представяне* на Вашия сайт. Проучванията показват, че повече от 80% от всички хора притежават смартфон, който използват за браузване в интернет.

На какво още трябва да обърнете внимание при създаването на сайта на Вашия бранд?

Цветовата тема - кои са цветовете, които сте възприели за Вашата брандова идентичност ? Кои са цветовете на вашите брошури, листовки, рекламни материали, на Вашето лого? Цветовата тема на сайта трябва да отговаря на Вашата брандова идентичност и да я допълва.

Шрифт - шрифтът също трябва да отговаря и да допълва Вашата брандова идентичност и да прожектира чувството, което желаете.

Дизайн - цялостният дизайн трябва да отговаря на дейността, която извършва Вашата компания и да допълва брандовата идентичност на компанията.

Брандовата идентичност

да даде **известност** на барда ви

да **репрезентира** целите,
които брандът ви си е поставил

да ви **отличи** от вашите
конкуренти



да установи **синхрон**
между всички
комуникационни методи;



Силната брандова идентичност



Дайте на Вашата целева аудитория нещо,

което да накара хората да се върнат пак при Вас!

Не е тайна, че установяването на силно социално присъствие е също толкова важно, колкото и наличието на един добре направен сайт. Социалните медии са страхотен начин да се изгради силно брандово представяне, особено когато използвате онези платформи, на които Вашата целева аудитория прекарва по-голямата част от времето си. Ефектът ще е още по-голям, ако правите добре обмислени рекламни кампании.

Вашето **ЛОГО** изгражда познаваемост на бранда с който комуникирате с Вашата аудитория, и начина, по който Вие предавате ценностите на бранда. Това е начина, по който можете да докажете своята надеждност в очите на Target групата Ви и да ѝ вдъхнете доверие.

Изграждането на добър бранд за вашия бизнес е нещо повече от създаване на лого, което да хваща окото. Трябва да създадете една добра връзка с Вашата аудитория още преди тя да е направила покупката. Също така трябва да затвърдите репутацията си като **надежден лидер** във Вашата сфера на дейност.

Трябва да създавате възможности за споделяне на важна информация, която да подобрява живота на Вашите последователи и да изразява Вашата основополагаща идеология.

В заключение можем да обобщим, че:

- Необходима е **брандова идентичност** на винарските изби, който да направи българските вина конкурентни на световните пазари.
- **Висок имидж** на международните пазари.
- **Чужд опит** в управлението и дистрибуция на качествени вина
- Висока **винена култура** сред потребителите;
- Собствен автентичен, оригинален и **брандово идентичен модел за винен туризъм.**

Контакти:

www.slsconsulting.eu

office@slsconsulting.eu

www.facebook.com

+359885919911