

## ДОДАТОК А

## Приклад розроблено бренбуку для інтернет-магазину



Рисунок А.1 – Приклад розроблено бренбуку для інтернет-магазину



## Содержание

- История бренда
- Целевая аудитория
- Миссия бренда
- Преимущества бренда
- Логотип
- Варианты компоновки
- Охранное поле
- Варианты воспроизведения логотипа
- Варианты цветового воспроизведения логотипа на неоднородном фоне
- Недопустимые варианты использования логотипа
- Цвета
- Шрифт

2



## История бренда

Когда возник вопрос «Как назвать магазин» ни у кого, не было вариантов. В процессе размышления автору Гарасу Шостенко вспомнилась история 14-ти летней давности: «Будучи достаточно молодым, я был увлечен рок-музыкой. Рок-клубов с живым звуком практически не было, и я мечтал, когда-нибудь открыть свой рок-клуб и фантазировал, каким может быть его название. Появилась идея назвать его «МЯСО» в сленговом значении этого слова (как состояние сильного алкогольного опьянения). Эта идея была благополучно забыта, чтобы всплыть в памяти в момент выбора названия магазина. После проведения анализа, было решено, что это крайне удачное слово: состоит из двух слогов, произносится легко, на украинском, русском и белорусском пишется одинаково, всем понятно, имеет массу сленговых значений, которые положительно воспринимаются молодежью. Ещё один плюс: назвав так неординарно магазин, торгующий вещами, получилось привлечь внимание людей, не принадлежащих к субкультурам. У человека вызывается когнитивный диссонанс (совмещение несовместимых понятий) – магазин «МЯСО» продаёт одежду. Эта информация начала передаваться из уст в уста, и мы получили самое главное – узнаваемость бренда. Даже те люди, которые никогда не бывали у нас, знают о существовании магазина.

3

Рисунок А.1, аркуш 2



### Целевая аудитория

Целевая аудитория "МЯСО" — молодежь возрастной группы от 15 до 25 лет.

4



### Миссия бренда

#### ДЛЯ КАЖДОГО!

Мы уверены, что обеспечивая доступный уровень цен, можно создать комфортные условия покупок для всех без исключения, вне зависимости от дохода и социального статуса!

5

Рисунок А.1, аркуш 3



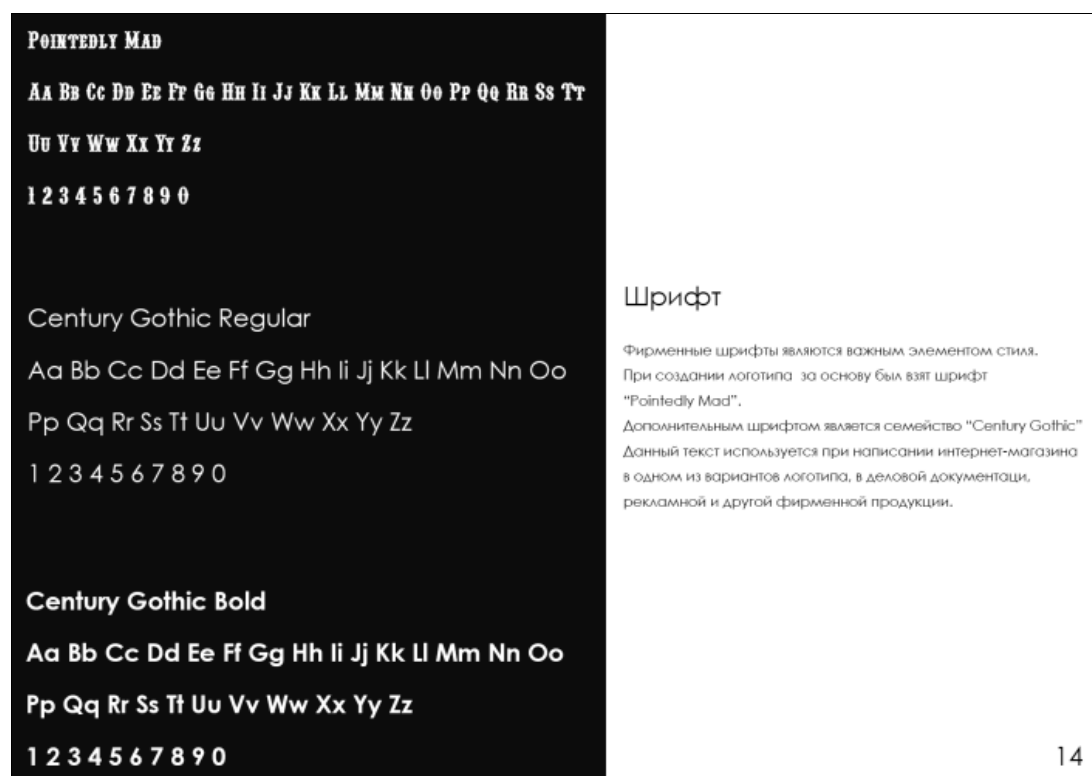
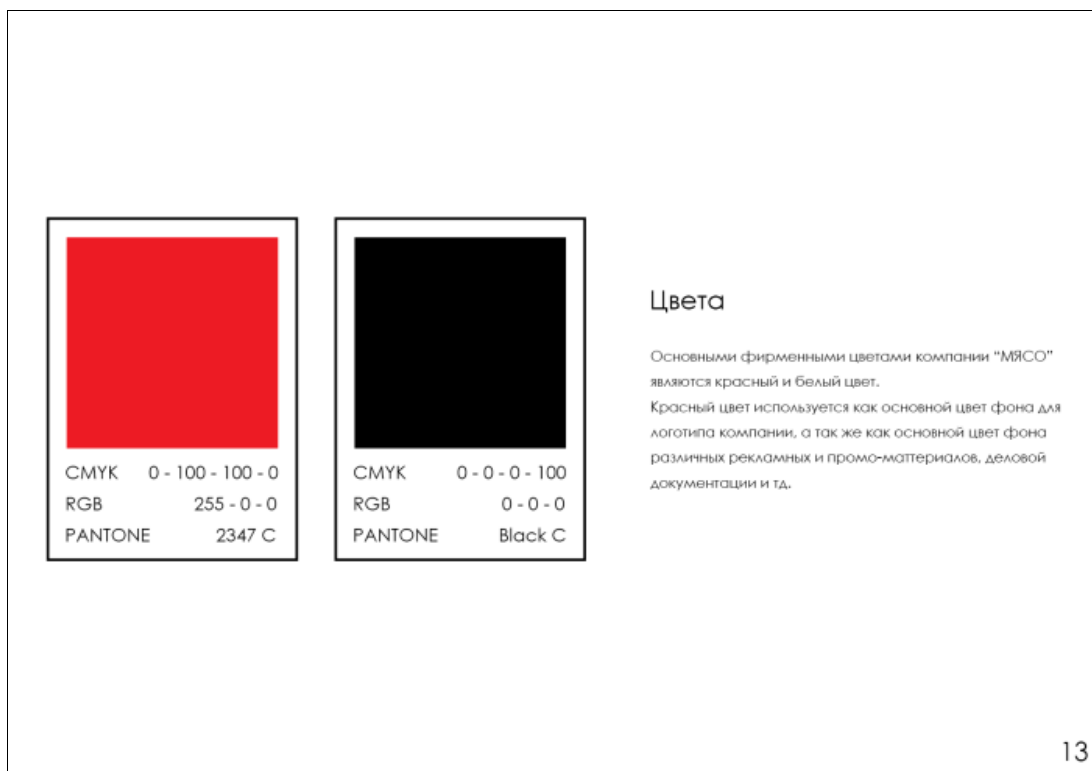



Рисунок А.1, аркуш 5

## ДОДАТОК Б

### Приклад анкети для учасників фокус-групи



### АНКЕТА

Всім покупцям "МЯСО", вручається символічний подарок і пропонується заповнити анкету

Уважаміть посетителі!

Ми проводим опрос наших потенциальных потребителей, с целью выявления их желаний и предпочтений.

Уделите, пожалуйста, несколько минут, заполняя эту анкету, и Ваши ценные замечания помогут улучшить качество предоставляемых Вам услуг.

[Irma7271.Ig@gmail.com](mailto:Irma7271.Ig@gmail.com) (без совместного доступа)  
Сменить аккаунт

**\* Обязательно**

**ФИО \***

Мой ответ \_\_\_\_\_

**Пол \***

Мужской  
 Женский

**Возраст \***

Мой ответ \_\_\_\_\_

**Номер телефона**

Мой ответ \_\_\_\_\_

**Город, в котором Вы проживаете \***

Харьков  
 Киев  
 Одесса  
 Полтава  
 Днепр  
 Другой

**Уровень дохода \***

До 3000  
 3000 – 7000  
 7000 – 15000  
 Выше 15000

Я подтверждаю согласие на получение информации от компании "МЯСО" \*

Да

1. Из каких источников узнали про интернет-магазин "МЯСО"? \*

Реклама в Facebook  
 Реклама в Instagram  
 Наружная реклама  
 Листовки  
 Советы знакомых, друзей  
 Другие источники информации

2. Остались ли Вы довольны предлагаемым ассортиментом продукции? (оцените по 5-бальной шкале, где 5 – отлично) \*

1  
 2  
 3  
 4  
 5

3. Остались ли Вы довольны качеством обслуживания? (оцените по 5-бальной шкале, где 5 – отлично) \*

1  
 2  
 3  
 4  
 5

4. Собираетесь ли Вы осуществлять покупку в "МЯСО" ещё?

Да  
 Нет  
 Затрудняюсь ответить

5. Хотели бы Вы принять участие в оценке нового имиджа нашего магазина?

Да  
 Нет

6. Ваши пожелания для улучшения деятельности интернет-магазина "МЯСО"

Мой ответ \_\_\_\_\_

Рисунок Б.1 – Анкета для виявлення переваг цільової аудиторії та формування фокус-групи

## ДОДАТОК В

### Медіаплан для медійної реклами

	В	С	Д	Е	Ф	Г	Н	І	Ж
1	Q1		Q2			Q3			
2	Січень	Лютий	Березень	Апрель	Май	Июнь	Июль	Август	Сентябрь
3	PPC								
4	7500	4000	2000	1000	1000	1000	1000	3500	2000
5	Показы								
6	28	89	128	51	19	45	23	32	82
7	12	52	45	29	19	45	56	79	105
8	CTR								
9	35,1	30,6	42,9	19,7	89,8	83,4	54,6	82,3	44,1
10	85,71	92,13	80,47	395,97	947,37	555,56	808,70	487,50	368,29
11	24	82	103	201	180	250	186	156	302
16	312,50	48,78	19,42	4,98	5,56	4,00	5,38	22,44	6,62
17	1041,67	1192,68	971,84	402,49	866,67	721,20	521,51	655,77	369,87
18	250	978	1001	809	1560	1803	970	1023	1117
19	30,00	4,09	2,00	1,24	0,64	0,55	1,03	3,42	1,79
20	390	560	800	750	987	1020	560	340	590
21	14600	50000	73000	66000	58700	105200	40000	78760	69405
22	95	1150	3550	6500	5770	10420	3900	2150	3370
40	<b>TOTAL</b>								
41	25	83	103	201	182	256	188	161	306
42	250	978	1001	809	1560	1803	970	1023	1117
43	14 600	50 000	73 000	66 000	58 700	105 200	40 000	78 760	69 405

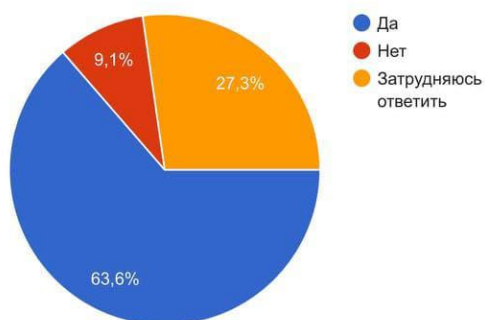
Рисунок В.1 – Медіаплан для медійної реклами

## ДОДАТОК Г

### Результати анкетування

4. Собираетесь ли Вы осуществлять покупку в “МЯСО” ещё?

200 ответов



5. Хотели бы Вы принять участие в оценке нового имиджа нашего магазина?

200 ответов

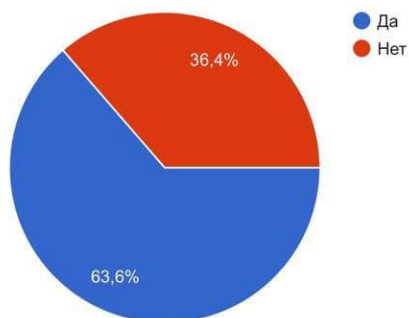


Рисунок Г.1 – Приклад відповіді на запитання щодо участі в фокус-групі

## ДОДАТОК Д Приклади зовнішньої реклами



Рисунок Д1 – Приклади сітілайтів в метро

