

Design 2020

Один за всех
и все за одного.

Система дизайна нового
времени

GMK



Наступило время меняться

Когда вокруг хаос — будьте просты и предсказуемы

На следующем слайде вы найдете
описание девелопера.
Узнали себя? Читаем дальше

Кто вы?

- Вы – системный девелопер
- У вас несколько проектов в одном городе или на территории РФ
- В портфеле бренда есть ряд проектов одного класса жилья (стандарт / комфорт)
- Продукты одного класса жилья имеют схожие характеристики

Проблематика:

- Родительский бренд девелопера с низкой узнаваемостью
- Каждый новый проект вы отдаете агентству для разработки позиционирования, названия, логотипа и визуальной идентификации
- Поскольку в продвижении проекта у каждого своя команда, то многое зависит от конкретных людей. Один ЖК представлен на рынке ярче, чем другой.
- Рынок развивающийся, есть сильные игроки-конкуренты

Что сделать?

- Создать стандарт в нейминге и визуале проектов одного класса
- Усилить свой бренд, продвигая проект, делать акцент на родительском бренде

Другими словами

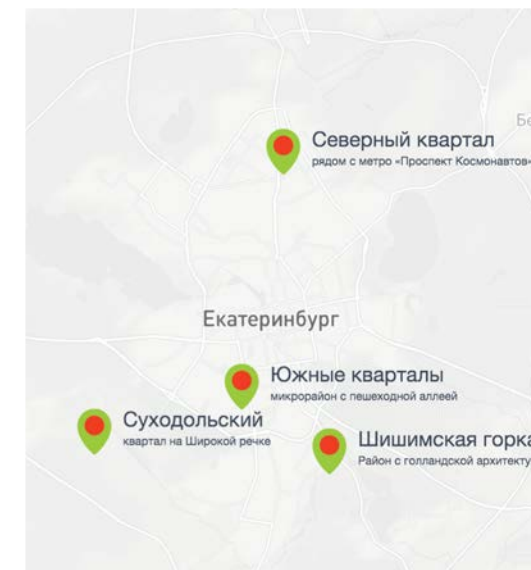
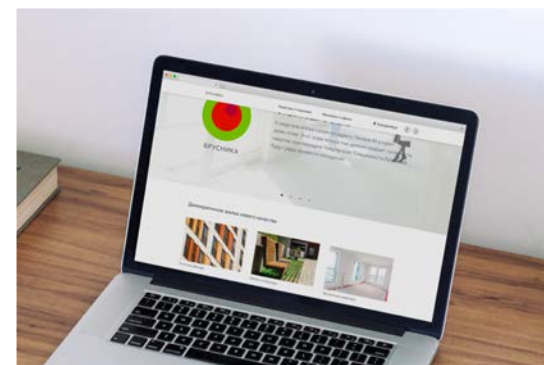
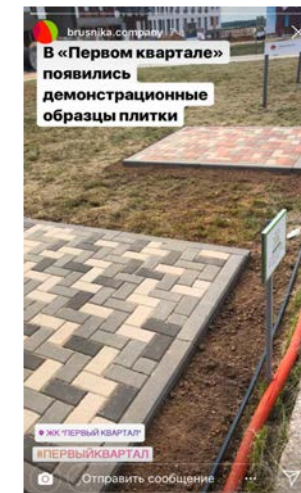
Создать визуальную
экосистему среди проектов,
а в рекламной коммуникации
сделать акцент
на родительский бренд

Девелоперы, которые используют подход единой экосистемы*



*на основе аудита коммуникации бренда (сайт, логотипы проектов, реклама, полиграфия, оформление стройки)

Посмотрим карту
инструментов
на примере нескольких
брендов:





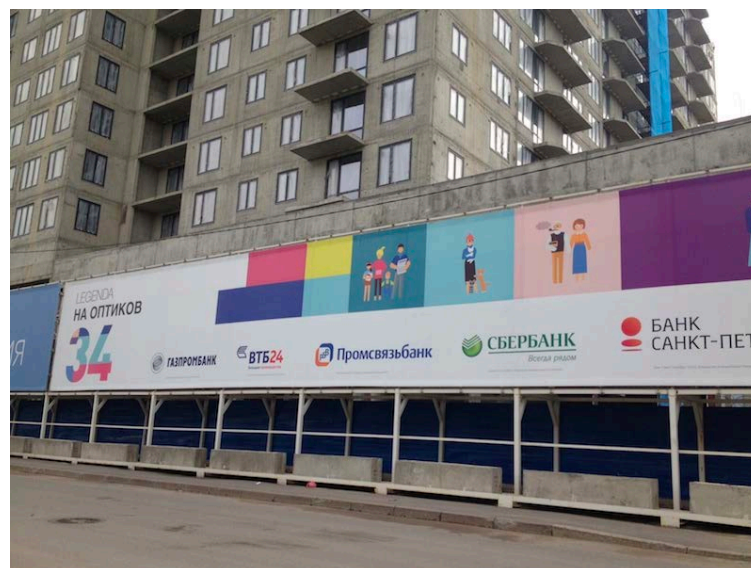
Посмотрите ролик,
как бы создали
[экосистему TEN](#)



LEGENDA INTELLIGENT DEVELOPMENT



ДОСТАТОЧНО
ЕСТЕСТВЕННОГО СВЕТА



LEGENDA
Героев
I очередь

LEGENDA
Героев
II очередь

LEGENDA
Командантского
I очередь

LEGENDA
Командантского
II очередь

LEGENDA
Дальневосточного

Каждый проект вносит свой вклад,
усиливая атрибуты бренда, а также
опирается на силу мастер-бренда.

**Сумма частей делает целое
больше и сильнее**

Что же делать?

4 шага в новую визуальную
экосистему:

1 шаг. Смотрим

- Проводим аудит мастер-бренда и портфеля проектов
- Создаем карты инструментов конкурентов
- Детально анализируем информационные материалы и точки коммуникаций каждого проекта



2 шаг. Задаем вопросы

- Нужен ли редизайн мастер-бренда?
- Как объединить визуал всех текущих проектов или будущих?



3 шаг. Разрабатываем

- Обновляем родительский бренд либо проводим полный ребрендинг. Уточню, можно скорректировать позиционирование и обновить элементы визуальной философии или пойти радикально – смена идеологии, ребрендинг, обновленные стандарты в продукте.
- Формируем правила создания логотипов и выбора цвета, типографики брендов-проектов. Сценарии также, могут быть разные – от полного ухода от логотипов и собственной идентификации, до гибких правил в построении знаков и выборе стилеобразующих элементов.
- Создаем стандарт взаимодействия родительского бренда с брендом проекта во всех точках коммуникации



4 шаг. Интегрируем

- Совместно с отделом маркетинга или с бренд-менеджером составьте план смены всех информационно-рекламных элементов.
- Только на строительной площадке мы насчитываем более 100 точек коммуникации!
Составьте список инструментов: от рекламной брошюры и плаката, до заставки в социальные сети и подписи а письмах менеджеров по продажам
- У вас на руках должен быть документ стандарта и рабочие элементы обновленного дизайна



Но помните, все индивидуально

если ваш бизнес-план требует
уникальности и дифференциации
для успеха на рынке
и вы ГОТОВЫ вкладывать средства
в создание отдельных брендов —
то экосистема не для вас
или пока не эффективна

Те же, кто выберет экосистему —
почувствуют легкость
и ясность при запуске нового проекта,
в продвижении текущих, в работе
с партнерами и коллегами



Если вам необходима
консультация
или индивидуальное
предложение
по экосистеме,
я всегда рада вам помочь.

Диана Жданова,
руководитель Центра дизайна GMK
zhdanova@gmk.ru
8 800 350 61 97

[Скачать презентацию Центра дизайна](#)

GMK