



# ЭЛЕМЕНТЫ ДЛЯ ВДОХНОВЕНИЯ

**АО «Кордиант»**

Начальник отдела легковых и легкогрузовых  
шин Департамента маркетинга

Ксения Глиник

Октябрь, 2024

# ИДЕЯ БРЕНДА

**Torero** в переводе с испанского означает «**тореадор**»

Бренд объединяет в себе атрибуты активной езды

**- ДВИЖЕНИЕ И ЭНЕРГИЮ -**

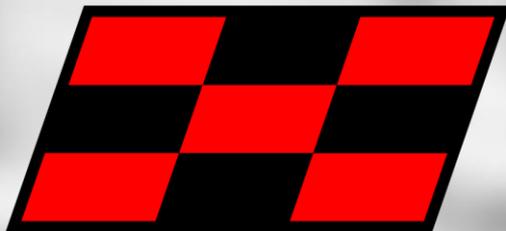
и корриды, где важным аспектом является способность управлять собой и своими эмоциями в любой ситуации, умение держать все под контролем.

На стыке этих двух сущностей рождается шинный бренд

 **TORERO**

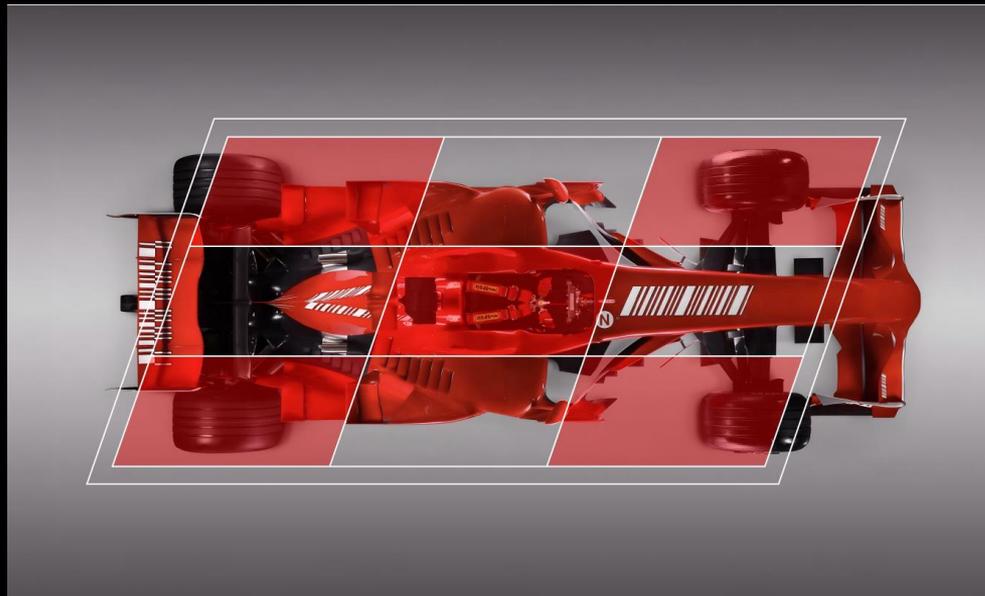


# СИМВОЛ БРЕНДА



Пять красных параллелограммов в знаке символизируют болид - гоночный автомобиль.

Наклон вправо поддерживает идею движения и стремления вперед.



# ЦЕННОСТИ

## ***Целеустремленность и упорство***

К своим разработкам Бренд подходит как к марафону: каждый раз стремится побить собственные рекорды. Новая разработка - это шаг вперед. Также Бренд относится к жизненным целям: новый жизненный вызов - это точка роста.

## ***Активный образ жизни***

Бренд высоко ценит и поощряет энергичных людей с высоким темпом жизни как среди сотрудников, так и среди клиентов.

## ***Чтение традиций и собственного пути***

Бренд не бросает прямой вызов конкурентам. Он следует своему пути. Бренд ценит свое настоящее, а его прошлое - это его опора.

## ***Искренность в коммуникации***

В Бренде клиент видит перед собой лидера, делом доказывающего свой статус. В каждом своем клиенте Бренд видит такого же уникального героя, как он сам.



# ХАРАКТЕРИСТИКИ БРЕНДА

---

## *Функциональные характеристики*

**Бренд** — это безопасность, надежное сцепление, долговечность и прочность, которые никогда не подведут по пути к достижению ваших целей.

---

## *Эмоциональные характеристики*

**Бренд** — динамичный, свободный, отважный, амбициозный, экспертный, надежный, уверенный, уважительный, традиционный, маскулинный, вызывающий восхищение, вдохновляющий и мотивирующий бренд.



# ФИЛОСОФИЯ И МИССИЯ

---

## **Философия бренда**

Каждый мужчина за рулем — это отважный герой собственной жизни. Бренд транслирует активный образ жизни, где если ты движешься, ты живешь.

**Автомобиль** — неотъемлемая часть активного образа жизни. Шины автомобиля должны способствовать этому образу.

---

## **Миссия бренда**

Наша миссия испытывать себя, свои технологии и жизнь на прочность, рисковать, вдохновлять каждого владельца авто в России и превращать вождение в удовольствие.



# ЗАДАЧА

---

**Наша главная задача** — создавать премиальные автомобильные шины, которые гарантируют безопасность, комфорт и надежность на дороге.

Мы стремимся к высшей степени удовлетворенности клиентов, предоставляя им продукцию, которая превосходит их ожидания и обеспечивает надежность и безопасность на дороге.



# ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ



## ***Премиум сегмент***

Водители со стажем не менее трех лет, располагающие доходом выше среднего и желающие получить качественный товар.

# РОЛЬ БЕЗОПАСНОСТИ

***Безопасность – ключевой функциональный фактор при принятии решения о покупке премиум шин***

Поскольку комплектующие в виде шин и запчастей аудитория приобретает для дорогих машин и машин с мощным двигателем, им необходимо ощущение резерва надёжности во время длительных поездок, в том числе на шоссейных скоростях.

Обеспечение таких гарантий в коммуникации – важный фактор при выборе более дорогих и надежных шин.



# РОЛЬ ПРЕСТИЖА

***Престиж – ключевой эмоциональный фактор при принятии решения о покупке премиум шин***

Чем выше ценовой сегмент – тем выше потребность аудитории в получении эмоциональных преимуществ.

Потребители хотят чувствовать свою особую значимость и высокий статус от покупки и использования чего-то дорогого, вызывая со стороны восхищение.

Этот фактор, в совокупности с более высоким качеством, побуждает заплатить гораздо больше и оправдывает цену в глазах покупателей.



# Доступная премиальность

**Задача Бренда** — дать возможность каждому познать настоящее премиальное качество.

Бренд не стремится обособиться и говорить о себе как об элите. Бренд является своим и расположен ко всем.

Бренд говорит со своей аудиторией на простом языке без лишнего пафоса.

**Бренд — про премиум, а не про элитарность.**

Примеры доступного премиума среди автомобильных компаний



Примеры доступного премиума среди неавтомобильных компаний



MATCHLESS



Zegna



# ПРИМЕРЫ ДРУГИХ БРЕНДОВ

Природа и её текстуры





# ПРИМЕРЫ ДРУГИХ БРЕНДОВ

Природа и её текстуры



# ПРИМЕРЫ ДРУГИХ БРЕНДОВ

Городская архитектура и урбанизм

