

*П. В. Иванко,
К. А. Руткова,
А. Ч. Костокевич, С. Ю. Копац,*
студенты 3 курса ФМк БГЭУ

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
В. С. Голик, БГЭУ

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА КОМПАНИИ, ПРЕДОСТАВЛЯЮЩЕЙ УСЛУГИ ПО ОТВЕТСТВЕННОМУ ХРАНЕНИЮ ВЕЩЕЙ «ПУСТОЕ МЕСТО»

Представляется проект по оказанию услуг ответственного хранения личных вещей различных габаритов с выдачей ящиков для хранения.

Название бренда: «Пустое место».

Конечный результат, который мы можем дать потребителю, – это освобождение личного пространства от временно ненужных вещей.

Слоган: «Дом, чтобы жить, а не хранить».

Ценности бренда: комфорт – мы заботимся об удобстве клиента при оформлении нашей услуги (предоставляем брендированные ящики в фирменном цвете с логотипом, удобные условия доставки, качественный сервис), стараемся минимизировать его действия при сдаче вещей на хранение; свобода – мы ценим мобильность клиентов, помогаем им освободить место для увлечений и идей, помогаем почувствовать себя открытым чему-то новому; надежность – мы уважаем доверие своих клиентов к нам, предоставляя безопасные условия заключения договора и хранения вещей на складах с новейшими системами защиты от кражи и порчи вещей.

Миссия бренда: мы освобождаем дом от лишних вещей, предоставляем пространство для жизни.

Неповторимость бренда: стильный и заботливый. Стиль выделит нас на рынке – яркие зеленые комбинезоны у сотрудников, зеленые удобные ящики для хранения, лаконичный логотип и несложное название. Наша забота проявится в виде понятного и полного договора о предоставлении услуги, удобных условий доставки (точки приема наполненных ящиков, бесплатная доставка пустых ящиков и бесплатная обратная доставка ящиков с вещами и т. п.).

История бренда: создатель бренда Мария Сай поступила в университет и столкнулась с переездом в чужой город. Училась на бюджете и жила в общежитии. У нее было много вещей, холодильник и мало места. Она жила на стипендию, а также деньги давали родители, при этом старалась не тратить их попусту. Когда учебный год закончился, Мария начала решать проблему хранения своих вещей на каникулах, ведь в общежитии нельзя оставить из всех вещей хотя бы холодильник. В студенческие годы с этой проблемой ей помогал справляться одноклассник Ваня. Конечно, это не очень удобно, однако другого выбора у нее не было.

Наконец-то выпускной, не нужно больше тесниться в общежитии и хранить вещи у Вани. Так подумала наша Мария. Однако после вы-

хода замуж появились дети, и вещей и проблем стало больше, а места меньше.

Пообщавшись однажды на конференции со студентами, она выяснила, что им все еще запрещено оставлять вещи на лето в общежитиях. И тогда Мария однозначно решила открыть свой бизнес по ответственному хранению вещей, чтобы помочь и студентам, и молодым семьям.

Таким образом, разработка платформы бренда – трудоемкий и долгий процесс, стратегически важен для успеха любого продукта. Бренд помогает наладить связь с потребителями, повышает их лояльность.

Разработанная командой платформа бренда клиентоориентирована, отражает современные тенденции среди белорусского населения. По нашему мнению, бренд в первую очередь должен заботиться о потребителе, стараться сделать свои услуги или товары максимально удобными и комфортными для клиента. Решая данный кейс, мы исходили из личного опыта и опыта окружающих людей, а также старались учесть существующие проблемы.

В. С. Рысева, А. В. Дрозд,
студенты 3 курса ФМк БГЭУ

Научный руководитель:
кандидат экономических наук, доцент
В. С. Голик, БГЭУ

ФОРМИРОВАНИЕ БРЕНДА EASY SHOPPING

Задача – спроектировать платформу авторского гипотетического бренда. Наша команда выбрала мобильное приложение Easy Shopping как решение поставленной задачи.

Данное приложение является онлайн-помощником и даже в некоторых случаях заменителем обычному способу покупок обуви и аксессуаров. Интерфейс мобильного приложения будет включать в себя следующие *возможности*:

- личный кабинет с информацией о владельце;
- информацию о магазинах-партнерах, их адреса, телефоны, ссылку на сайт;
- каталог товаров магазинов-партнеров, в том числе и раздел «акции/скидки»;
- свободный, в том числе и голосовой, поиск как по моделям, так и по магазинам, качественный фильтр по категориям;
- чаты с друзьями, магазинами и общественные чаты, рассылка (вместо смс);
- список «избранное», что включает в себя понравившееся модели и возможность узнать их наличие в определенном магазине;
- возможность использовать дисконтные карты с телефона;
- возможность забронировать пару нужного размера;
- помощь консультантов и специалистов.