



# БРЭНД BERGG

для участия в профессиональном  
конкурсе БРЭНД ГОДА 2007

Профессиональная конкурсная  
номинация «Пиво»



# Стратегические цели бренда BergG

- Завоевать не менее **50%** рынка темного пива к январю **2009** года.
- Стать неоспоримым лидером и законодателем мод на рынке темного пива.



# Позиционирование бренда BergG

- ТМ **BergG** единственная в Беларуси ТМ принадлежащая исключительно темному пиву.
- Позиционирование ТМ **BergG** выделяет темное пиво в особый, индивидуальный, немного эстетский класс продукта. Причем **BERGG** в этом классе - эталон, мерило.
- Конкуренция в сфере рекламы продукта близка 0.

Торговая марка **BergG** - ничего кроме хорошего темного пива. Пиво для истинного наслаждения подлинным пивным вкусом.

Пиво **BergG** - неоспоримый лидер и законодатель мод в мире темного пива.

Пиво **BergG** - не роскошь, а доступное превосходство во всем...



## Целевая аудитория бренда BergG

По демографическим характеристикам группа потребителей очень разнородна.

Критерии, объединяющие эту группу:

- Основной критерий выбора – вкусовые характеристики.
- Основные мотивы потребления: желание получить удовольствие от вкуса пива, отдохнуть, расслабиться, побаловать себя.
- При выборе руководствуется личным опытом, а также советами друзей и близких.



# Образ бренда BergG

## Внешний вид

- Эстетичность в мелочах.
- Тисненая золотом этикетка.
- Угольно-черная пробка.

## Содержание:

- Классическая технология низового брожения.
- Богатство вкуса.
- Многогранность и многоликость хмельного напитка.

## Название:

- Достоинно символичное.
- Традиционно пивное.
- Уверенное.

## Настроение:

- Обольстительность.
- Медленное смакование.
- Уют и бархатная патока.



## Имя бренда

- В переводе с немецкого «**berg**» означает «гора», то есть значение слова – символичное, достойное, при этом двойное «**gg**» позволяет создать новое слово, наделить его определенным звучанием и смыслом с целью сделать его синонимом темного пива.
- Короткое звучное слово.
- Уверенная фонетика, полная внутреннего достоинства.
- Ассоциативно связано с чем-то немецким, традиционно пивным; созвучно слову «**beer**» и «**bier**».
- Хорошо сочетается со словом пиво – пиво **BergG**.
- Обещание чего-то достойного, насыщенного, уверенного.

Слоган: **BergG**. Темное пиво.



# История создания бренда

Рождение данной ТМ осознанный и выверенный шаг Речицких пивоваров. Истоки создания данного сорта пива лежат в 90-х годах XX века несмотря на то, что сам продукт появился только в конце 2007 года. Именно в 90-х годах Речицкие пивовары начали изыскания в технологии производства темных сортов. Свой опыт они черпали не только в научной литературе, но и в многочисленных командировках в страны с многовековой историей пивоварения Чехию, Германию. К началу 2007 года у нас появилась уверенность, что мы готовы создать темное пиво, которое будет являться своего рода эталоном в мире темного пива, своеобразным мериллом уровня качества темных сортов пива других производителей. И мы его сделали.



## Ассортиментный ряд продукции

Главный критерий оценки вариантов названия сортов пива – это дифференцируемость в сознании потребителей сортов (легкое, классическое, крепкое) пива данной марки, в том числе и за счет названий сортов марки.

Потребитель знает свои предпочтения по вкусу и совершает пробную покупку в соответствии с ними.







## BergG Dark LAGER

- Легкое темное пиво. За счет низкого содержания алкоголя, обладает тонким вкусом, с еле уловимым терпким ароматом карамельного солода.
- Алкоголь не менее 3,7%.
- Массовая доля сухих веществ в начальном сусле 11%.
- Розничная цена – 1550 руб.





## BergG Dark CLASSIC

- «Золотая середина» в братстве темного пива. Гармоничный и цельный вкус, сочетающий в себе лучшие качества бархатного напитка.
- Алкоголь не менее 4,2%.
- Массовая доля сухих веществ в начальном сусле 13,0%.
- Розничная цена – 1600 руб.





## BergG Dark PORTER



- Воплощает саму идею темного пива – сила вкуса, насыщенность, терпкость. Для тех, кто «любит погорячее» и способен оценить действительно яркую индивидуальность.
- Алкоголь не менее 6,5%.
- Массовая доля сухих веществ в начальном сусле 17,0%.
- Розничная цена – 1650 руб.



# Креативная стратегия. Поиск названия новой торговой марки

- Evers
- Ermans
- Riift
- August
- Metka
- Samson
- Doka
- Tior
- BergG

# Поиск дизайна этикетки бренда BergG



Дизайн разработан в студии Акима Мельника



## Каналы коммуникации, используемые при продвижении ТМ

- Общенациональное ТВ: каналы ОНТ, НТВ, РТР, БТ, СТВ.
- Общенациональные газеты: «Комсомольская правда», «АиФ».
- Rich-media: [tut.by](http://tut.by), [av.by](http://av.by), [pressball.by](http://pressball.by).
- Промо - сайт [www.bergg.by](http://www.bergg.by).
- ВТЛ – активность (г. Минск, г. Гомель, г. Могилев, г. Витебск, г. Гродно).

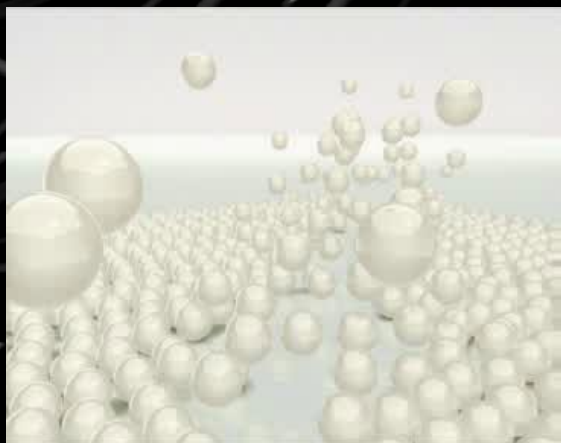


## Вывод торговой марки на рынок



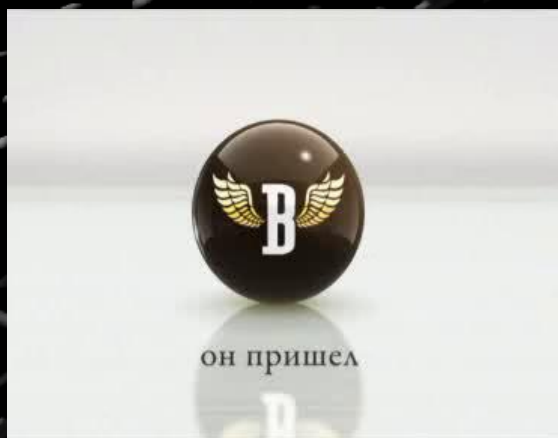
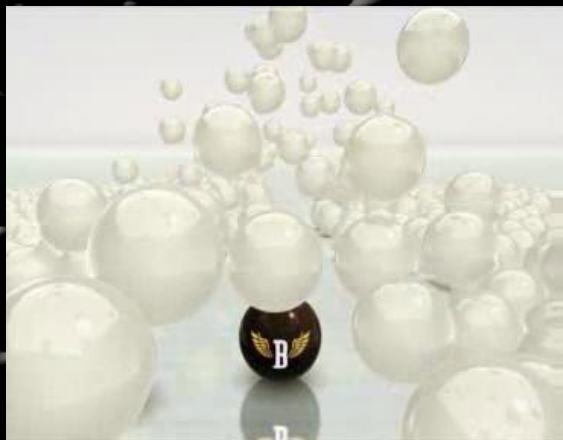
- 14 сентября 2007 года на экраны вышел интригующий 10-секундный ролик-тизер.
- На экране сменяются кадры - символическое солнечное затмение, черный шар с логотипом и надпись «он идет».
- В момент выхода ролика пиво в розничной торговле отсутствует.

1 октября на экраны вышел ролик «Balls», раскрывающий интригу. **BergG - это темное пиво.**



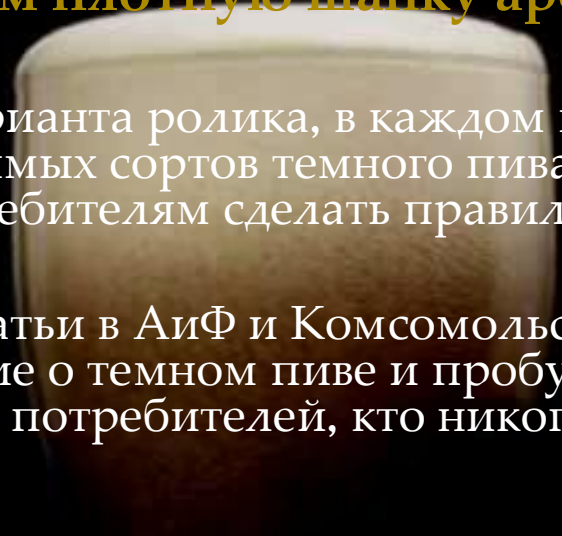
- В роликах акцент сделан на появлении нового брэнда на рынке пива.
- Это новое темное пиво, которое эффектно врывается на рынок, расталкивая своих светлых конкурентов. Дерзкий новичок возбуждает интерес к себе.
- Ролик говорит о том, что наступает время темного пива **BergG**.





- Данный ролик вызвал множество откликов, эмоций и даже споров. На сайтах студии Дмитрия Борового и Акима Мельника, непосредственно участвовавших в процессе создания дизайна этикетки и промо-сайте новой торговой марки, появилась первая информация о ТМ BergG.
- Следует отметить, что за 7 дней до выхода ролика в прокат пиво активно расставляется в торговле.

**В середине ноября 2007г. на экраны вышел 3-й ролик бренда: темное пиво льющееся в стакан с характерным звуком и образующее в нем плотную шапку ароматной пены....**



Было сделано три варианта ролика, в каждом из которых раскрывался каждый из неповторимых сортов темного пива **BergG**. Ролик был призван помочь потребителям сделать правильный выбор.

Появились первые статьи в АиФ и Комсомольской правде, формирующие мнение о темном пиве и пробуждающие желание попробовать его у тех потребителей, кто никогда не пил это пиво ранее.

**BergG** неуклонно вступает в позицию лидера в мире темного пива.

Так на «**XI** Международном профессиональном конкурсе «Лучшее пиво, безалкогольный напиток и минеральная вода года», проходившем с **27** по **30** ноября в Москве, качество темного пива **BergG** было отмечено двумя золотыми медалями.

Всего в выставке учувствовало **69** предприятий из различных стран.



Промо-сайт [www.bergg.by](http://www.bergg.by)

Разработан студией  
Дмитрия Борового



[Мультимедиа](#)

[Контакты](#)

Вы находитесь на html версии сайта. Для просмотра flash версии,  
скачайте [Flash Player](#) и перейдите на страницу [www.bergg.by](http://www.bergg.by).



## Рекламные мероприятия 2007 года

### Дегустация «BergG. Темное пиво»

#### Цели акции:

- Дать потенциальным потребителям попробовать продукт.
- Наделить брэнд в глазах потребителя чертами уникальности, изысканности, подлинности вкуса темного пива, эстетичности.
- Эффектный и яркий выход на рынок.

#### Механика акции:

Раздача билетов в мир темного пива, где пиво **BergG** - эталон и законодатель вкуса.

Промо - девушки в стиле **BergG** - дегустация, помощь в выборе вкуса при совершении пробной покупки.

## Любая деталь формирует ИСКЛЮЧИТЕЛЬНЫЙ СТИЛЬ...



- Черные атласные платья и шапочки на девушках - промоутерах.
- Черные стойки.
- Черные брендированные стаканчики.
- Черные глянцевые буклеты;
- Исключительно темное пиво.



Строгое, классическое,  
интригующее...

**BergG** – исключительно  
темное пиво.

# Три разных вкуса темного пива: одинаково новых, одинаково необычных!



- 80% потребителей интересовались технологией производства.
- 60% не верили, что это пиво отечественного производства, приравнивая его вкус и дизайн к пиву чешского или немецкого происхождения.
- 35% ЦА удивлялись низкой цене.
- 70% аудитории после общения с промоутерами и дегустации пива подходили к кассе с пивом BergG в корзинке.
- Некоторые покупатели прямо у дегустационной стойки слагали стихи о пиве.



# Результаты продвижения бренда в 2007 году

- Создание запоминающегося имиджа изысканной, стильной, классической марки темного пива.
- Обеспечение и поддержка интереса к бренду BergG со стороны СМИ за счет яркой рекламной кампании.
- Доля на рынке темного пива ТМ BergG за последний квартал 2007 года – 18% (основано на данных Euromonitor) .



**Превосходство BergG очевидно.**

**Но только Вам решать, что для Вас  
действительно темное пиво...**