




Тема 7

Концепция, миссия и слоган компании



1

Start UP



2

Корпоративная концепция

Корпоративная концепция отражает философию компании. Это документ, где в единой системе изложены:

- ❖ **видение** (миссия, ценности, предназначение)
- ❖ **этический кодекс** (система ведения бизнеса и принципы, на которых строятся взаимоотношения внутри компании)
- ❖ **ключевые компетенции** (преимущества компании)
- ❖ **бизнес-модель** (в общем виде)
- ❖ **позиционирование** (профиль бренда)



3

Миссия компании: определение

«Миссия – стратегическая (генеральная) цель, выражающая смысл существования, общепризнанное предназначение организации. Это роль, которую предприятие хочет играть в обществе».

Л.Гиттельман «Преобразующий менеджмент»

«Миссия (предназначение) организации – ответ на вопрос, в чем заключается деятельность компании, и чем она намерена заниматься».

И.Мазур, А.Шапиро «Реструктуризация предприятий и компаний»

4



Миссия и реальность

Миссия – это база для последовательного формирования целей, стратегий, функций, процессов, должностных инструкций и т.д.



Миссия представляет собой результат позиционирования компании среди других участников рынка.

5



Миссия компании: содержание

В широком понимании миссия рассматривается как философия и предназначение компании в контексте её существования и развития

6



Компания как открытая система



7



Миссия как компромисс

Разработка миссии, начинается с системы координат

Ось «НАДО» – отражает потребности рынка

Ось «МОГУ» – определяется уникальностью ресурсов и навыков компании

Ось «ХОЧУ» – представляет собой философию бизнеса (ценности, принципы, ожидания пользователя).

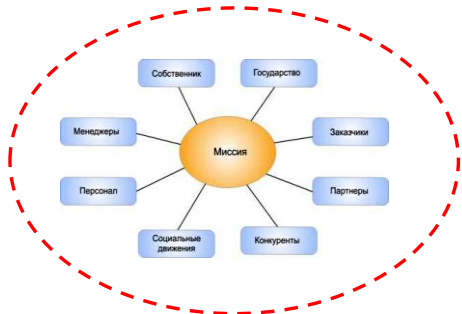
В такой системе координат разработка миссии представляет собой задачу поиска компромисса между потребностями рынка, с одной стороны, и возможностями и желаниями компании – с другой.



8



Миссия как отражение взаимосвязей



9



Миссия как основная деловая концепция

8 ключевых вопросов — основа миссии:

- ❖ что получит Заказчик в части удовлетворения своих потребностей?
- ❖ кто, для чего и как может выступать в качестве партнера компании?
- ❖ на какой основе предполагается строить отношения с конкурентами (какова, в частности, готовность пойти на временные компромиссы)?
- ❖ что получит собственник и акционеры от бизнеса?
- ❖ что получат от бизнеса и компании менеджеры?
- ❖ что получит от компании персонал?

10



Миссия как основная деловая концепция

- ❖ в чем может заключаться сотрудничество с общественными организациями?
- ❖ как будут строиться отношения компании с государством (в частности возможное участие в поддержке государственных программ)?

Толнота формата описания и детальность проработки Миссии – бесспорный признак зрелости компании, критерий качества её бизнеса!

11



Миссия как основная деловая концепция

Профессионально разработанная миссия –
это определяющий фактор конкурентоспособности компании:
способность лучше других находить компромисс собственных интересов с интересами всех участников внутреннего и внешнего окружения!

12



Слоган как выражение миссии
компании



13



Слоган как выражение миссии

Успешные бренды, как правило, четко ориентированы на своего потребителя. Для этого используются коммуникативные средства бренда, одним из которых является **слоган, лозунг** или **рекламный девиз**.

Слоган – в древности слово Slogan означало воинственный клич, с которым воины шотландского клана бросались на врагов, клич у каждого клана был свой. В современном мире слово «слоган» изменило свое значение – это термин американских рекламистов.

Лозунг (Losung) – немецкого происхождения и означает военный пароль.

Девиз (Devise)– имеет французское происхождение. Изначально devise, означало надпись или эмблему на гербе, щите. Впоследствии – краткое изречение, выражающее главную, руководящую идею, цель, программу действий.

14



Слоган как выражение миссии

От качества рекламного слогана часто зависит успех товара или компании на рынке. Установлено, что слоганы читают в 5 раз больше людей, чем рекламные тексты, поэтому они должны:

- ❖ легко читаться – *Бери от жизни всё*
- ❖ быть оригинальными – *Имидж ничто, жажда всё!*
- ❖ вызывать любопытство – *Ваша киска купила бы «Вискас»*
- ❖ польстить – *Жилет» – лучше для мужчины нет!*
- ❖ сулить выгоду – *Аромат, который сближает*

Крупные компании никогда не стремятся обратиться ко всем и мотивировать каждого, напротив, они концентрируют свои маркетинговые усилия, направляя их только «на своих».

В благодарность за это представители целевых аудиторий не только становятся потребителями, но и активно демонстрируют свою лояльность!

15



Любовь

Свобода

Гармония

Богатство

Власть

Слава

Гедонисты

Новаторы

Интеллигенты

Обыватели

Карьеристы

Подражатели

Любите себя! (Эгоист. Е-кат)

Вы всегда желанны! (Косметика Мирра Люкс)

DKS. Косметика с энергетикой

OZON'С. Экология красоты
Прикосновение стиля
(Парфюм «La coste»)

Oriflame. Правила хорошего тона.

L'Oreal. Взгляд, который убивает!

Этот Фит - просто хит!
Все в восторге от тебя,
а ты от Maybelline!

16

5

4

3

2

1

Мирра Люкс. «Не теряя времени - теряй годы!»
Vichy. «Здоровье для кожи. Здоровье для жизни»
КЦ Шарм СПб. «Мы создаем красоту и успех»
Bourjois. «Все оттенки твоих желаний»
Ворожея. «Исполнение желаний»
«Лучший способ поднять настроение!»

Липепе. «Четкий контур. Насыщенный цвет»
Florena. «... и моя кожа нежнее шелка»
Bourjois. «Объем ресниц - мое явное преимущество!»
Oriflame. «Натуральная косметика из Швеции»
Dabao. «Косметика, созданная самой природой»
Чистая линия. «Косметика российских трав»

Принцесса. «Как у мамы, только лучше!»
MIA. «Специально для молодой кожи!»
Саванна. «Среда обитания светских львиц»

Уровни позиционирования

5. Ценностный уровень
Зачем нужен?

4. Эмоциональный уровень
Почему он привлечет ?

3. Функциональный уровень
Как его будут покупать и использовать?

17

ПРИДУМАЙ
НОВЫЙ
СЛОГАН

КТО СКАЖЕТ
СЛОВА

С 1 января исполнится 50 лет с момента
основания первого завода шин в мире,
первые шины созданы Nokian Tyres,
и в честь этого события мы предлагаем тебе
принять участие в конкурсе!

Можешь ты?

Короткий и броский слоган,
который описывает главную идею
Nokian Tyres.

Главный приз -
8000 евро
Призы - комплекты шин
Nokian Tyres

8000 €
за лучший слоган

18

6