



SIXTH  SENSE

YOU

Разработка концепции бренда

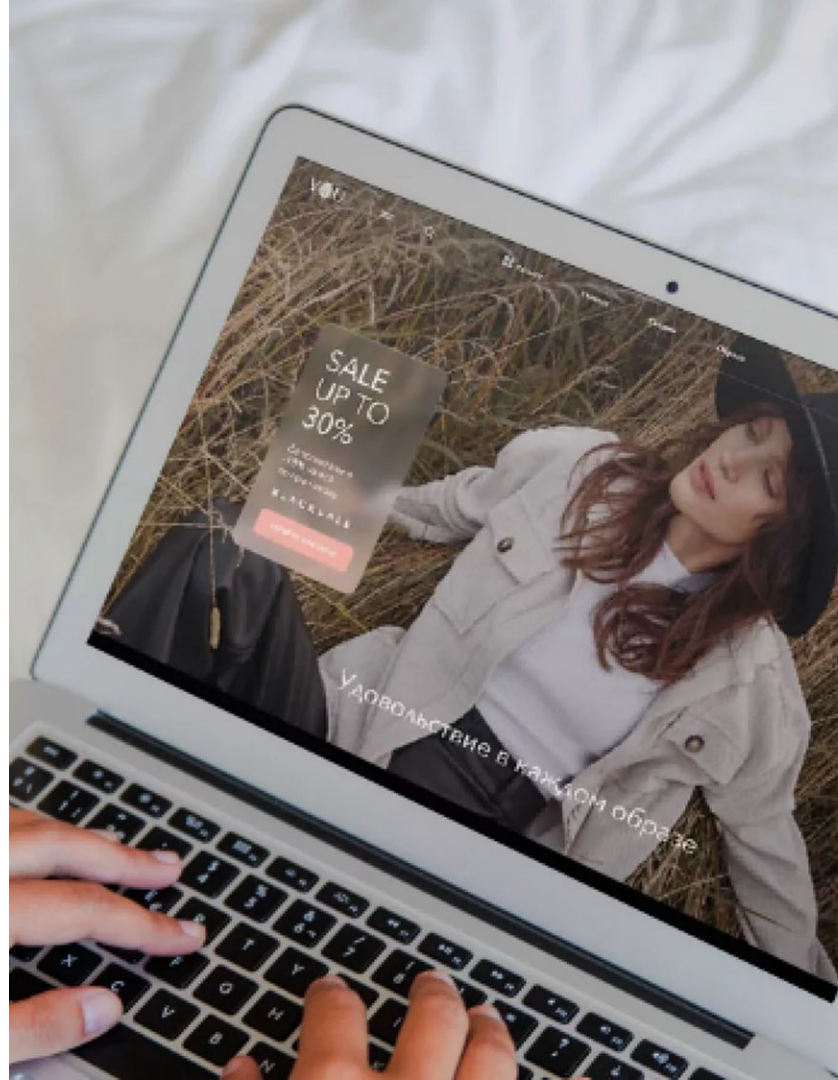
аналитика | стратегия коммуникаций | платформа бренда | айдентика | сайт | дизайн шоурума

[ПОДРОБНЕЕ ПРО КЕЙС](#)

# БРЕНД ОДЕЖДЫ YOU

Бренд женской одежды [YOU](#), родом из Санкт-Петербурга, с первой встречи сразил нас стремлением к великому. Нам оставалось заложить крепкий фундамент и платформу бренда, сформировать систему коммуникаций для правильного роста молодой, но смелой компании.

Для Sixth Sense проект стал комплексным. Вместе с брендом мы прошли путь от аналитики данных до реализации всех задуманных идей. YOU только начинали свой путь на рынке русского Fashion, поэтому нам предстояло с нуля создавать, а затем внедрять концепцию бренда и стратегию коммуникаций.



# ЗАДАЧА

Компания обратилась к нам с задачей на пересборку бренда и разработку стратегии развития маркетинга.

На старте было несколько магазинов в Санкт-Петербурге и внутренняя команда клиента понемногу начинали развивать социальные сети.

Также немаловажной вводной от клиента стало то, что необходимо было подготовить бренд к экспансии, в первую очередь, в Москву.

Для этого YOU привлекли новых топ-менеджеров — коммерческого директора и директора по маркетингу, с которыми нам и предстояло разработать стратегию обновления бренда и собрать функцию маркетинга.

# СОСТАВ РАБОТ

## 1. АНАЛИТИКА

### Контекст

- Предпосылки и новые игроки
- Исследование аудитории

### Интервью со стилистами

- Опрос целевой аудитории

## 2. КОНЦЕПЦИЯ БРЕНДА

### Платформа бренда

- Целевая аудитория
- Сегментация ЦА
- Смысловое поле
- Ядро бренда
- Контекст
- Смысловое ядро
- Миссия бренда
- ДНК бренда
- Характер и образ
- Предложения бренда
- Пирамида бренда

- Архитектура бренда
- Концепты коммуникаций
- Визуализация
- Бренд территория конкурентов
- Эволюция бренда

## 3. КОММУНИКАЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ

1. Этапы коммуникации
2. ЦА
3. Сообщения первого уровня
4. Сообщения второго уровня

## 4. TONE OF VOICE

## 5. АЙДЕНТИКА БРЕНДА

## 6. ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

## 7. КОНЦЕПЦИЯ ИНТЕРЬЕРА ФЛАГМАНСКОГО ШОУРУМА

## 8. САЙТ КОМПАНИИ



# I АНАЛИТИКА

[Подробнее об этапе](#)

# АНАЛИТИКА

Аналитика: рынка, конкурентов, социо-культурного контекста, включая интервью с экспертами fashion-рынка и собственное исследование проблем и инсайтов аудитории.



# КОНТЕКСТ

Online - коммуникации / пандемия

На фоне пандемии и возможной второй волны онлайн-шоппинг становится всё более актуальным. Девушки устали от пребывания дома, постоянного стресса и нагнетания ситуации.

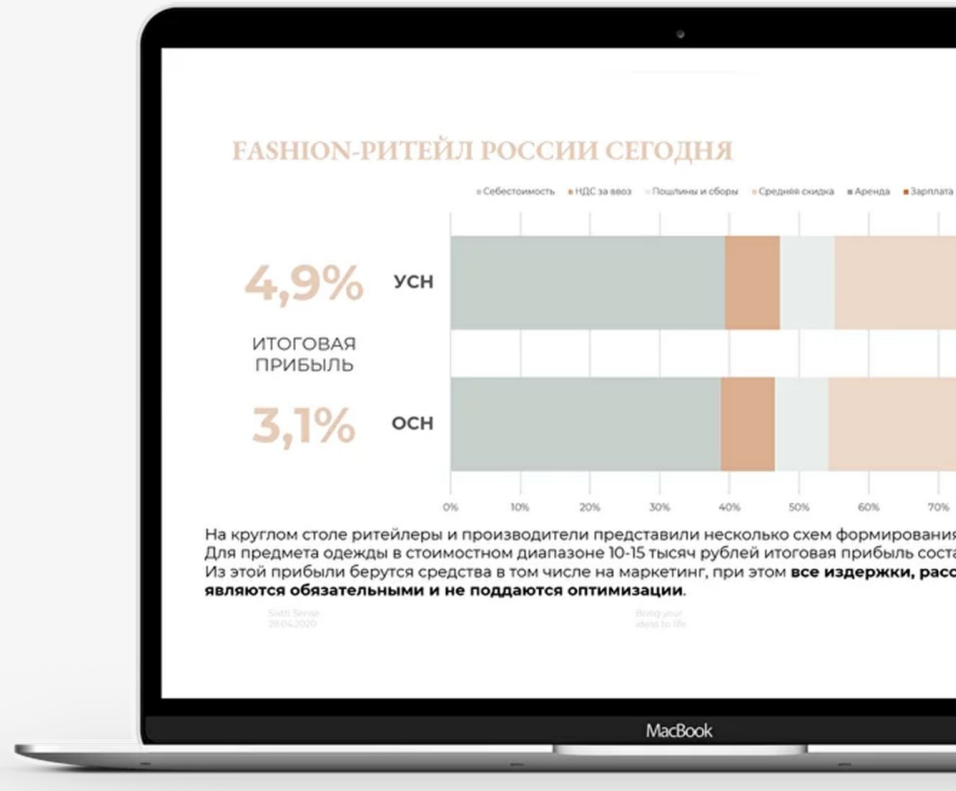
Мы покажем, что нельзя отчаиваться, что в самоизоляции и удаленной работе они могут найти время для себя, для раскрытия своей индивидуальности и развития.

# ЗАДАЧИ

- Определить модные тренды на ближайшие сезоны
- Определить самые популярные и потребляемые категории одежды
- Выявить эффективные рекламные стратегии конкурентов
- Определить целевые группы, выяснить различие в потреблении продукции, медиа

# ИНСТРУМЕНТЫ

- Провели глубинные интервью шести специалистов в сфере fashion
- Панели: MediaScope BrandPulse, iCreative, palomars; similar web pro, sem rush; rusprofile; Медиалогия
- Исследования: fashion united, scanmarket, РБК Маркетинг, Fashion Consulting Group
- Опросы в Яндекс.Взгляд

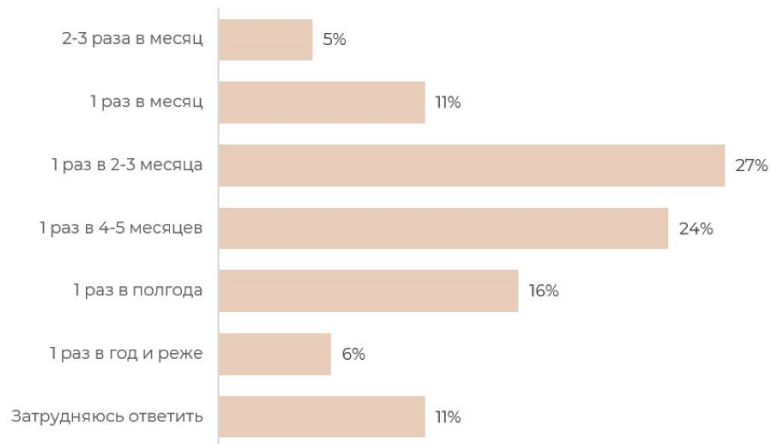




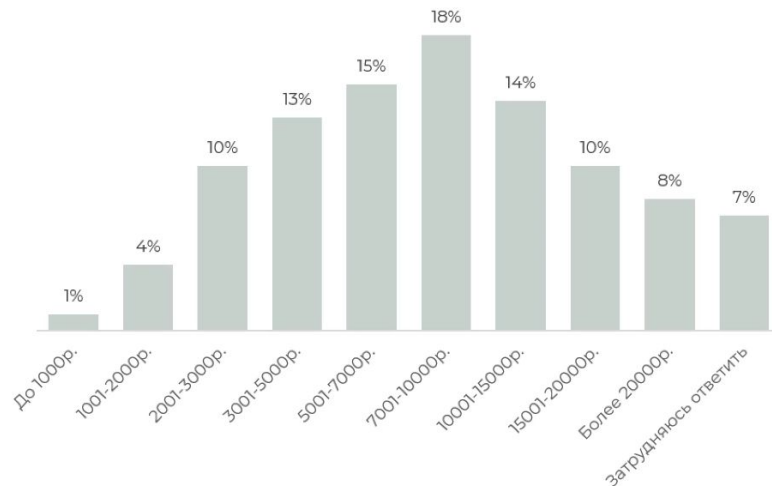
## Общие данные про потребление

В группе 16-34 зависимость роста потребления от знания достаточно низкая. Аудитория требовательна к брендам, поэтому знание не является определяющим фактором. То есть еще до trial-покупки продукта бренда покупательницы требуют дополнительного информационного снабжения для принятия решения

Средняя частота покупки одежды – 5,8 раз в год

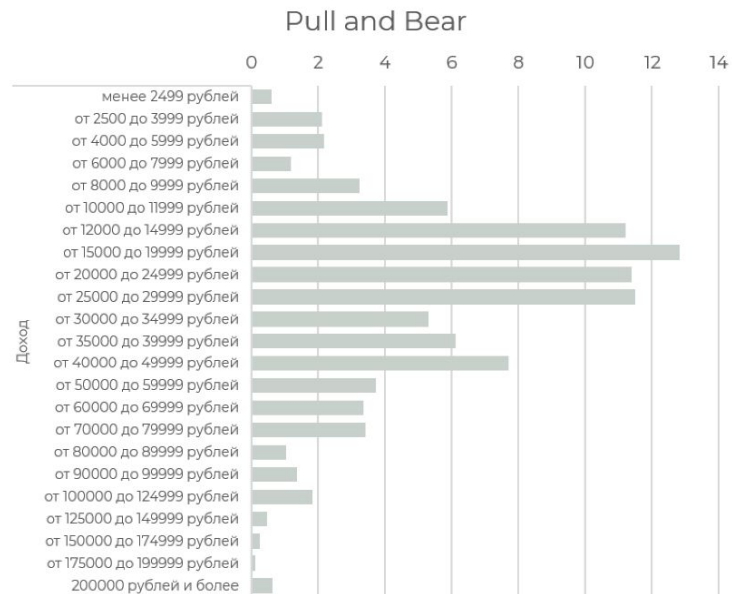
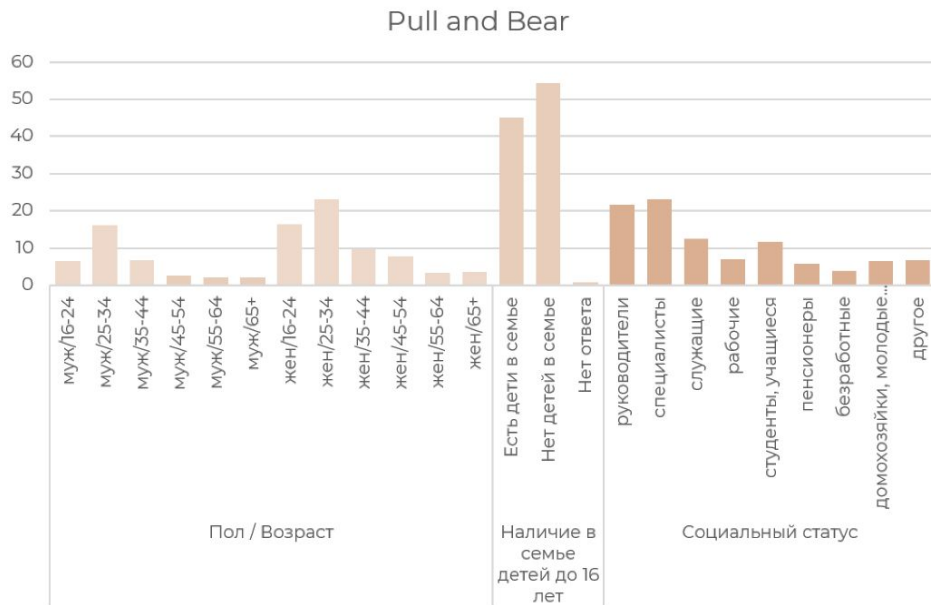


Средняя сумма покупки одежды – 9,5 тыс руб.



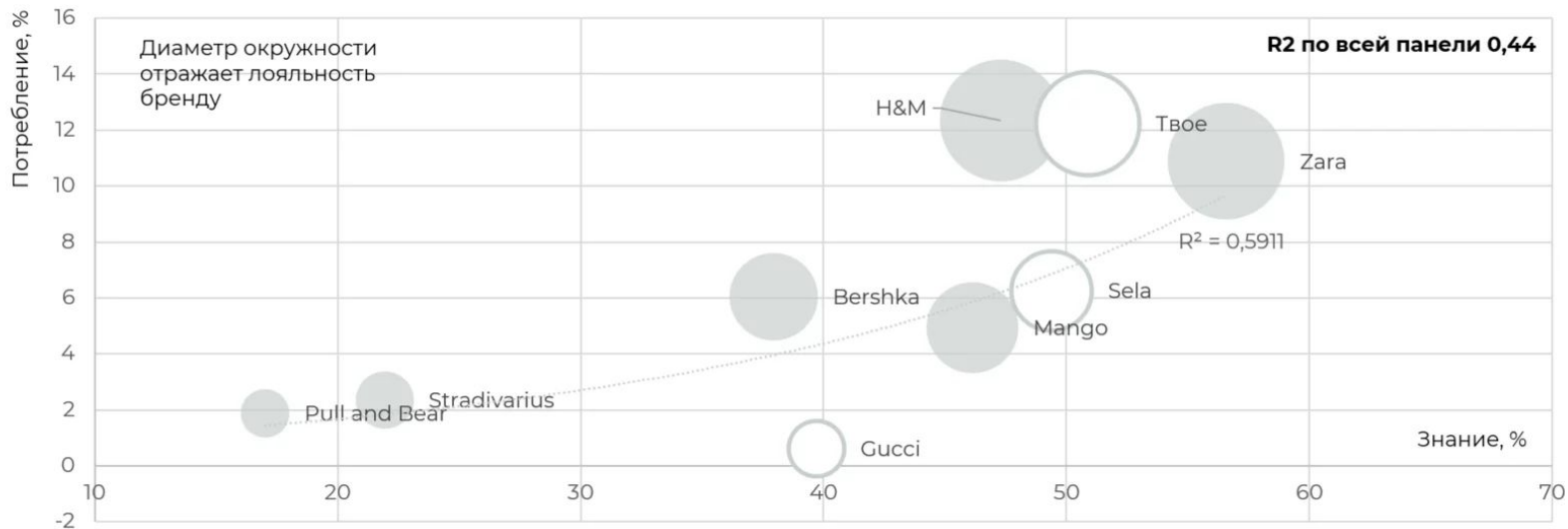
# Покупатели Pull&Bear

Портрет покупателя Pull&Bear: 16-34, доход от 12-30 тысяч рублей в месяц на человека.



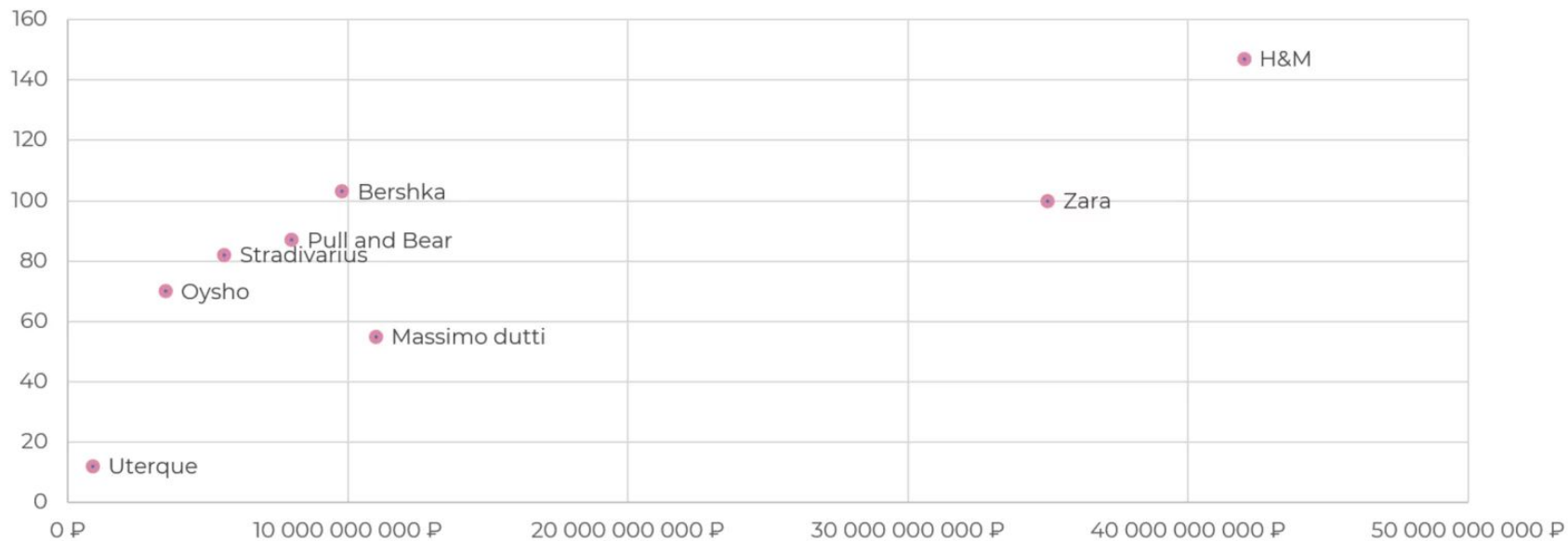
## Женщины 35-55: знание, потребление и лояльность

Возрастная группа отличается меньшей конверсией в потребление (средние 8% против средних 13% в 16-34). При этом зависимость роста потребления от роста знания выше. Что может говорить о том, что эта группа лучше реагирует на рекламу, менее требовательна к дополнительной информационной поддержке при высоком знании бренда.



## Выручка точки продаж

- Massimo Dutti - экстремум, имеет относительно большую выручку при небольшом числе точек продаж.
- Zara имеет в 3,5 бОльшую выручку, чем у Bershka, при одинаковом числе точек продаж.



>55%

Выяснилось, что 45 % опрошенных россиянок уверены в себе, что является неплохим показателем по сравнению с такими странами, как Япония (8 %), Австралия (20 %), и США (24 %), но всё равно считается неудовлетворительным результатом. 42 % женщин признались в том, что боятся совершать ошибки и показывать свою слабость.

РОССИЯНОК  
НЕ УВЕРЕНЫ  
В СЕБЕ

# ИНТЕРВЬЮ СО СТИЛИСТОМ

**80%**

КЛИЕНТОК НЕ УМЕЮТ СОЧЕТАТЬ ВЕЩИ  
МЕЖДУ СОБОЙ, ХОТЯ МНОГО ПОКУПАЮТ



КАПСУЛЫ

**35 - 40%**

БОЯТСЯ, НЕ ПОНИМАЮТ, КАК РАБОТАТЬ С  
ЦВЕТОМ



СПОКОЙНЫЕ ЦВЕТА + ЯРКИЕ  
АКСЕССУАРЫ

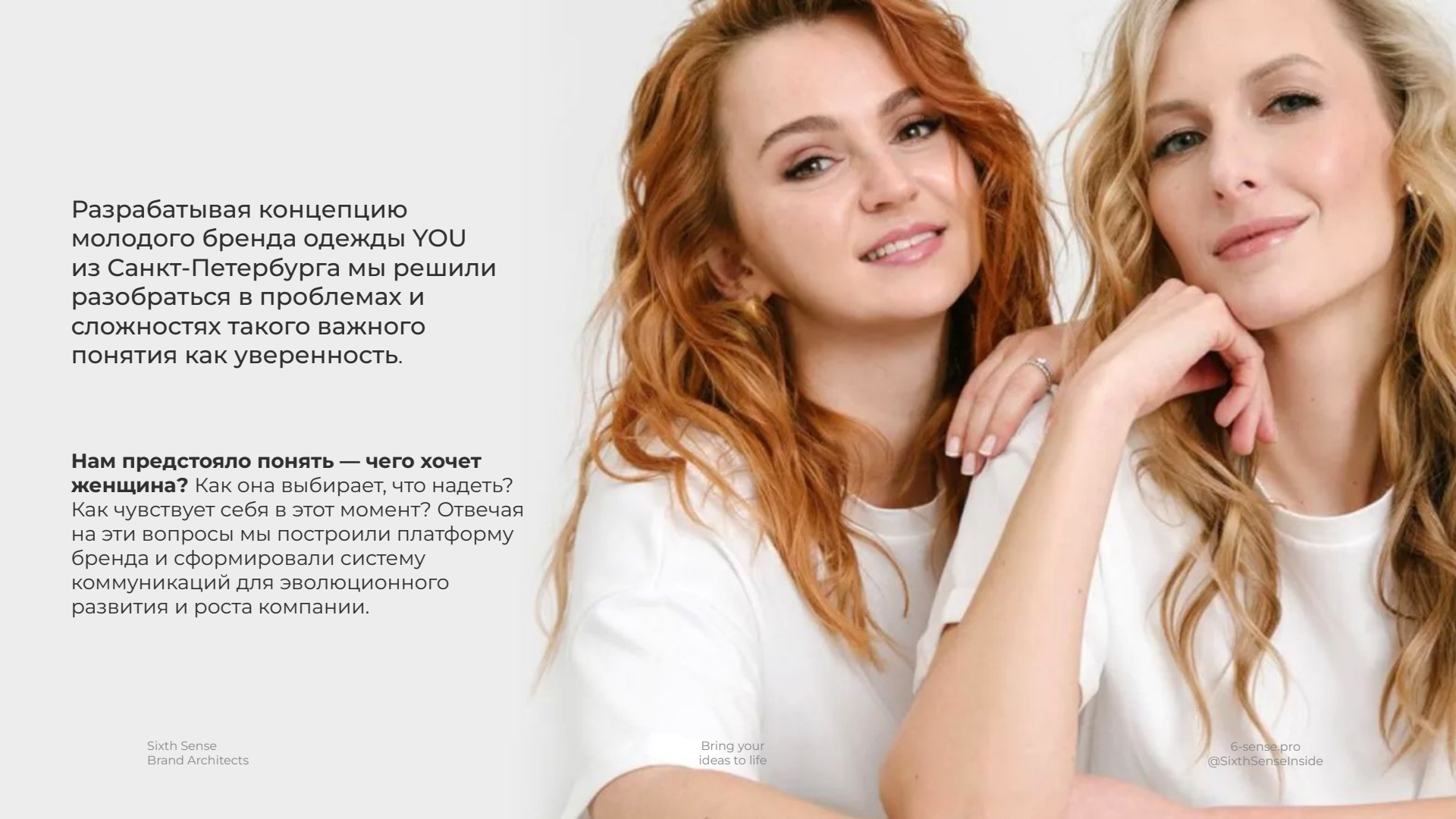
# РЕЗУЛЬТАТЫ

- Определены две целевые группы аудиторий, прописаны коммуникационные рекомендации для каждого
- Даны рекомендации по категориям одежды, которые пользуются высоким спросом и имеют тренд к росту за 3 года
- Определены психотипы, не занятые конкурентами в коммуникационном поле
- Описаны сильные и слабые стороны маркетинговых стратегий конкурентов
- Сформирована database для бренд-билдинга YOU





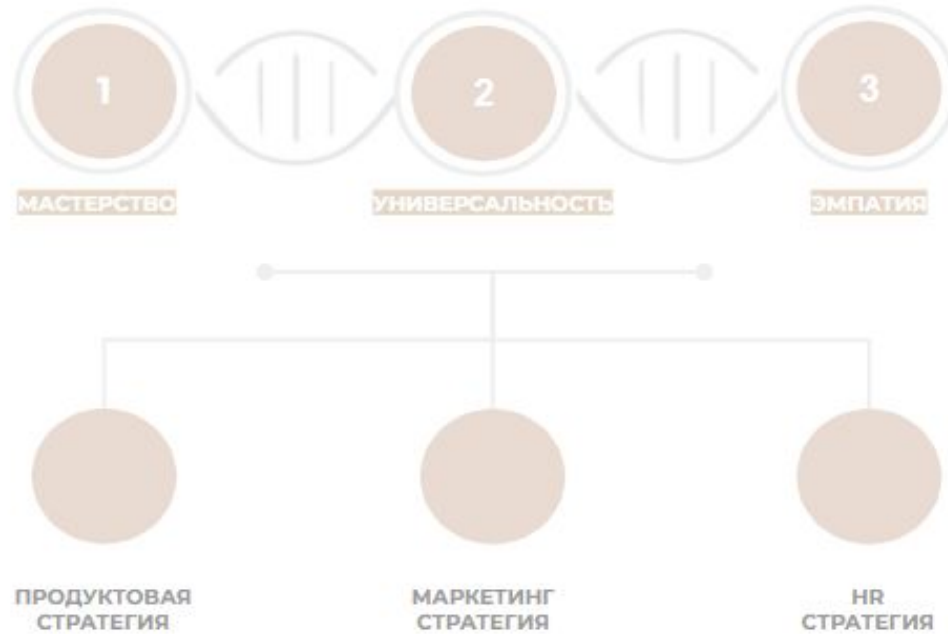




Разрабатывая концепцию молодого бренда одежды YOU из Санкт-Петербурга мы решили разобраться в проблемах и сложностях такого важного понятия как уверенность.

**Нам предстояло понять — чего хочет женщина?** Как она выбирает, что надеть? Как чувствует себя в этот момент? Отвечая на эти вопросы мы построили платформу бренда и сформировали систему коммуникаций для эволюционного развития и роста компании.

# РАСКРЫТИЕ ДНК



# ПИРАМИДА БРЕНДА





Отталкиваясь от платформы и характера бренда мы создали его голос, а также разработали систему сообщений под инсайты аудитории и УТП бренда. Мы "вплавляли" в смыслы слов и коммуникационные послы букву U, создав концепт Удобство. Удовольствие. Уверенность.

## ЗАДАЧА

Создание органичного бренд-платформе "голоса" и сообщений бренда, который будет использоваться во всех коммуникациях YOU

## СОСТАВ РАБОТ

- Отражение в коммуникации роли бренда
- Матрица продуктовых и сервисных преимуществ бренда (УТП)
- Выделение инсайтов различных сегментов ЦА (проведение опросов)
- Выделение генерального сообщения бренда
- Создание сообщений первого и второго уровня
- Упаковка сообщений в матрицу
- Создание Tone of voice бренда (TOV)

# U - ЗНАЧИТ ТЫ

Это сообщение говорит аудитории о том, наш бренд гораздо более открыт, чем другие. Потому что U - лаконичное отображение бренда и слова YOU. YOU - это ты. Это твой бренд, он отражает и подчеркивает твою индивидуальность, многогранность и поддерживает твой жизненный путь. Твоя уверенность с образом YOU неподдельна, ты точно знаешь, что красива.

U = YOU = ты

U - символ дороги, пути

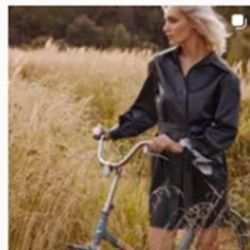
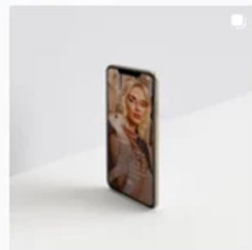
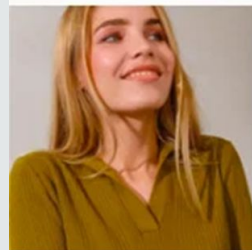
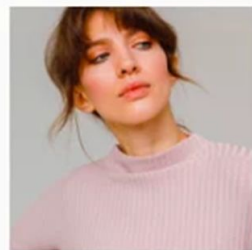
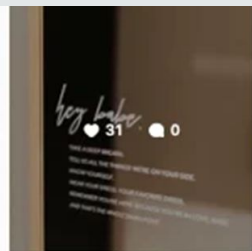
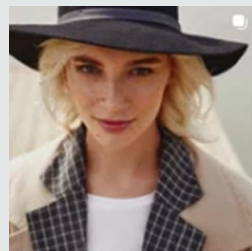
U - знак, который повторяет сам себя, зеркально отражая свою половину

В СОЗДАНИИ УВЕРЕННОСТИ И ЕСТЬ ГЛАВНАЯ РОЛЬ  
НАШЕГО БРЕНДА



МЫ ФАКТИЧЕСКИ **ВПЛАВЛЯЕМ БРЕНД YOU В СМЫСЛЫ СЛОВ**, КОТОРЫЕ  
ОТРАЖАЮТ НАШЕ КАЧЕСТВО И ПРОДУКТОВЫЕ БЕНЕФИТЫ, СОЗДАВАЯ  
УНИКАЛЬНЫЙ **БРЕНДОВЫЙ ЛЕКСИКОН**, КОТОРЫЙ, С ОДНОЙ СТОРОНЫ, **ОЧЕНЬ**  
**ПРОСТ И ПОНЯТЕН**, А С ДРУГОЙ - **УЗНАВАЕМ**

ГЕНЕРАЛЬНОЕ СООБЩЕНИЕ "УДОБСТВО, УДОВОЛЬСТВИЕ, УВЕРЕННОСТЬ"  
СТАЛО СЛОГОНОМ БРЕНДА И ИСПОЛЬЗУЕТСЯ В БРЕНД-ПРОДУКЦИИ И  
КОММУНИКАЦИИ В СОЦСЕТЯХ





SIXTH  SENSE

# IV ДИЗАЙН

[Подробнее об этапе](#)

# РЕБРЕНДИНГ И ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

Мы создали новую визуальную идентичность компании, спроектировав все визуальные площадки бренда YOU от логотипа до сайта компании и интерьера шоурума. Основой для проектирования послужили аналитика и бренд-платформа компании. Метафорическим образом айдентики стала ДНК компании: эмпатия, универсальность, мастерство.

## СОСТАВ РАБОТ

- Логотип
- Элементы айдентики
- Носители фирменного стиля
- SMM
- Сайт компании
- Интерьер шоурума



## КОНКУРЕНТНОЕ ПОЛЕ

1  
12 storeez

Русский масс маркет с  
претензией на  
уникальность



2  
MANGO

Международный  
массмаркет с акцентом  
на универсальность



Sixth Sense  
Brand Architects



Bring your  
ideas to life



6-sense.pro  
@SixthSenseInside



Более человеческий образ  
отпечатка. Гибкая линия создает  
живой образ

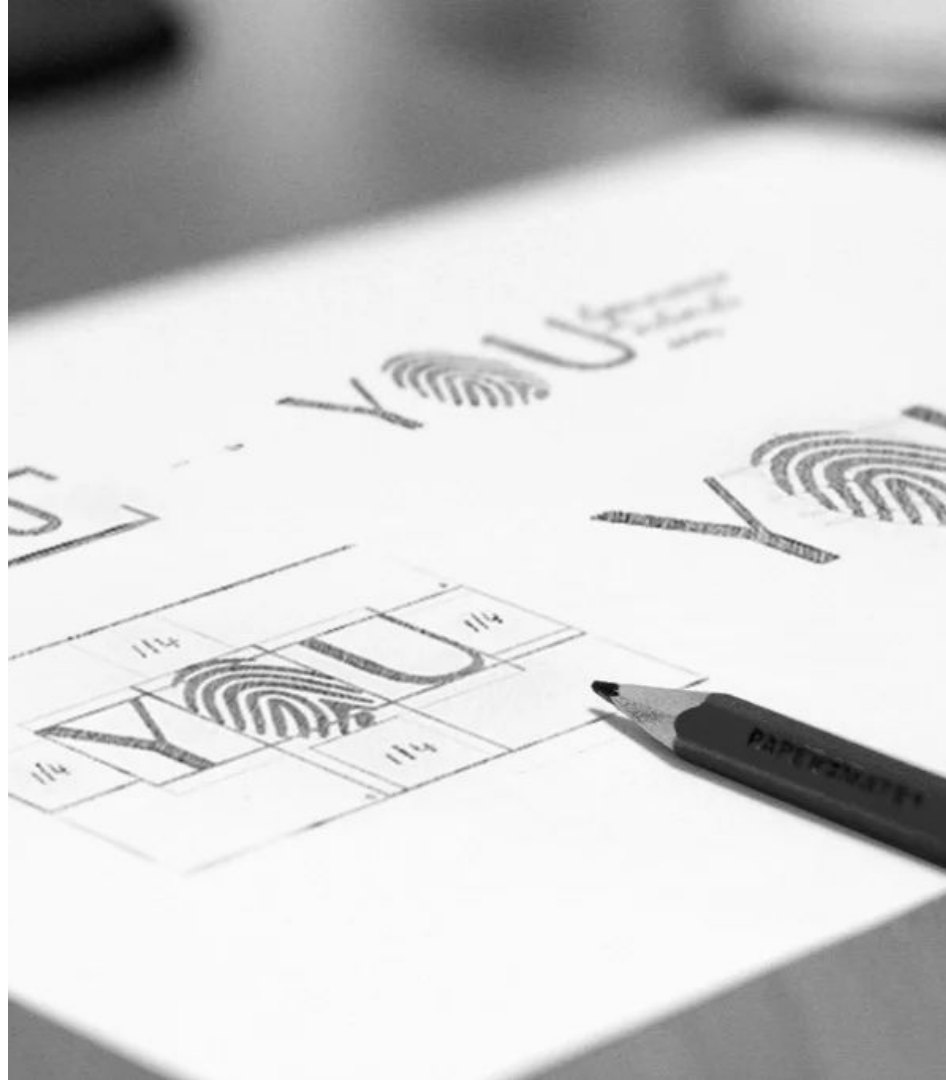
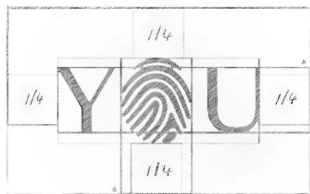
Сокращение кол-ва элементов  
логотипа с сохранением общей  
композиционной задумки



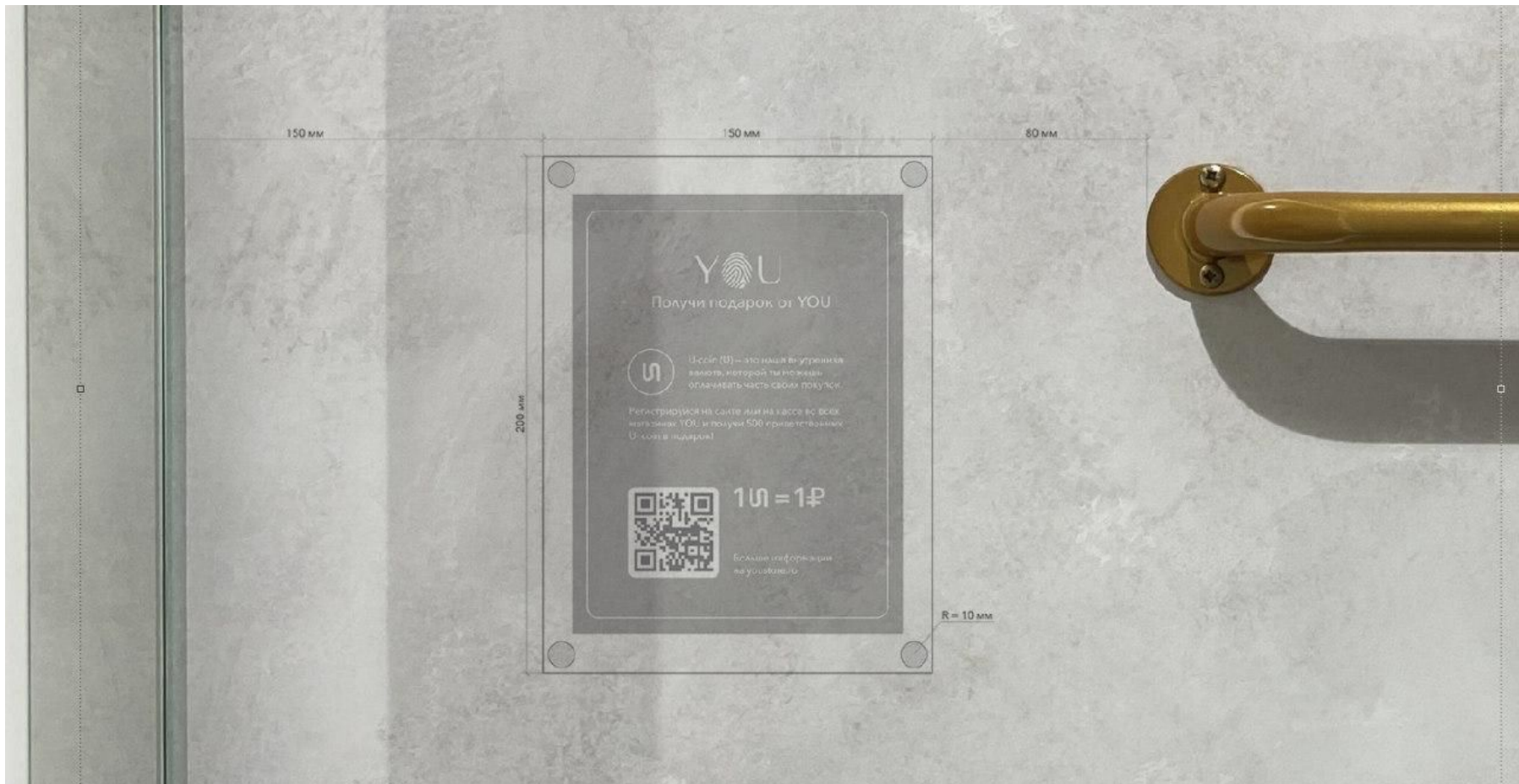
Оставляем гротеск в шрифтовой  
конструкции, добавляя в него  
гибкость линии



Убираем скобки. Освобождаем  
логотип и дарим ему воздух













# YOU

[www.youstore.ru](http://www.youstore.ru)

YOU – это российская марка, основанная в Санкт-Петербурге. Наша миссия – создавать удобную и красивую базу, которая поможет тебе чувствовать себя уверенно где угодно.

Героиня YOU – это нежная, но в то же время деловая девушка, которая может пойти на свидание или в театр, после рабочего дня, при этом, не меняя свой образ. Потому что одежда нашего бренда универсальна и комфортна.

#### О дизайнерах

Над брендом работают Алина Миргородская и Мария Ван Малдерен, для которых красота вещи важна так же, как ее качество. Именно поэтому основательницы бренда тщательно отбирают для своих коллекций материалы, качество которых не только заметно глазу, но и приятно телу.

«Одежда YOU – это уникальность, облаченная в твой стиль. Комфорт и женственность в каждой детали».  
Алина Миргородская & Мария Ван Малдерен  
Основательницы бренда YOU





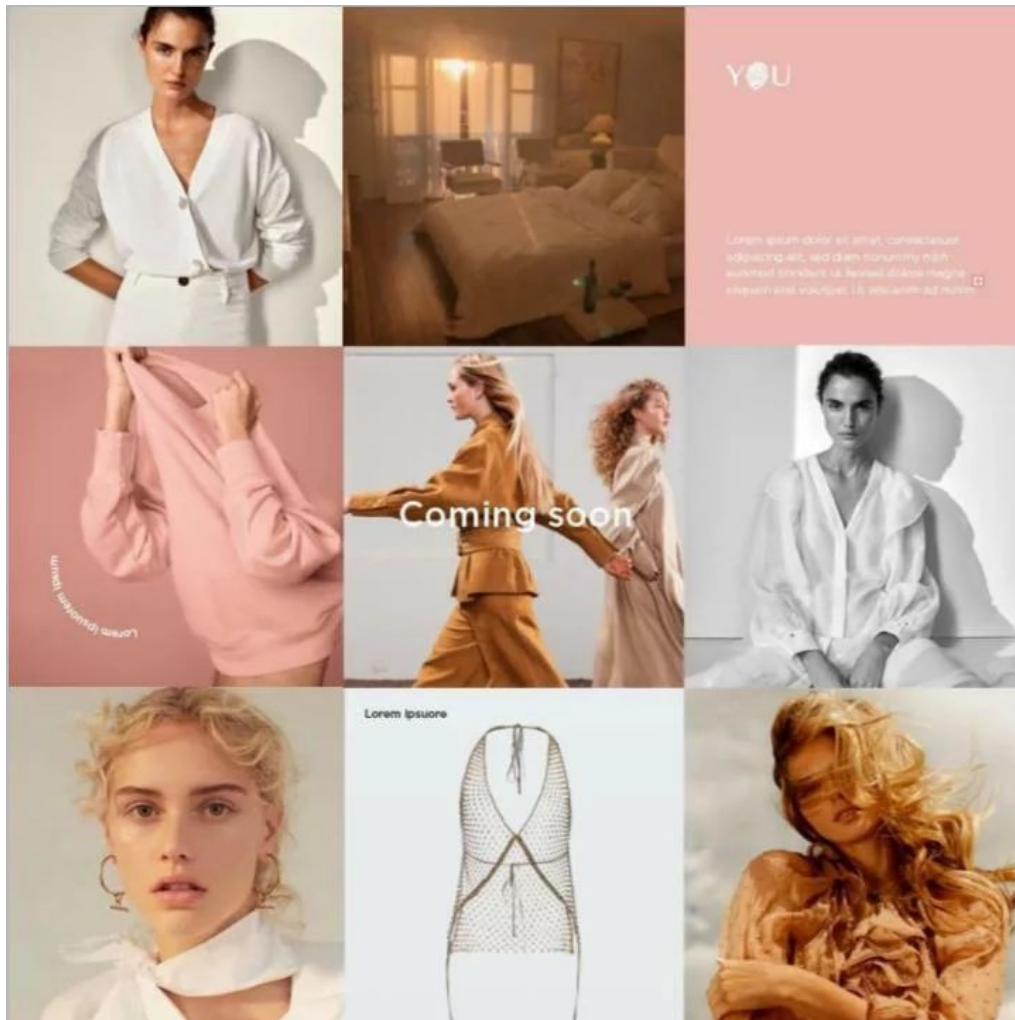
Обложка (лицевая и обратная часть)



Внутренние страницы календаря



# ОФОРМЛЕНИЕ СОЦСЕТЕЙ



## Посты с цитатами

Большее кол-во фонов у нас лежит на диске. Преимущественно использовать градиентные фоны, а не чистые цвета из цветовой палитры, т.к. они дают более сложные, интересные и ненавязчивые оттенки.





YOU

youstore.one

YOU is a reflection of you • YOU is a reflection of you • YOU is a reflection of you

SIXTH  SENSE

У САЙТ

[Подробнее об этапе](#)

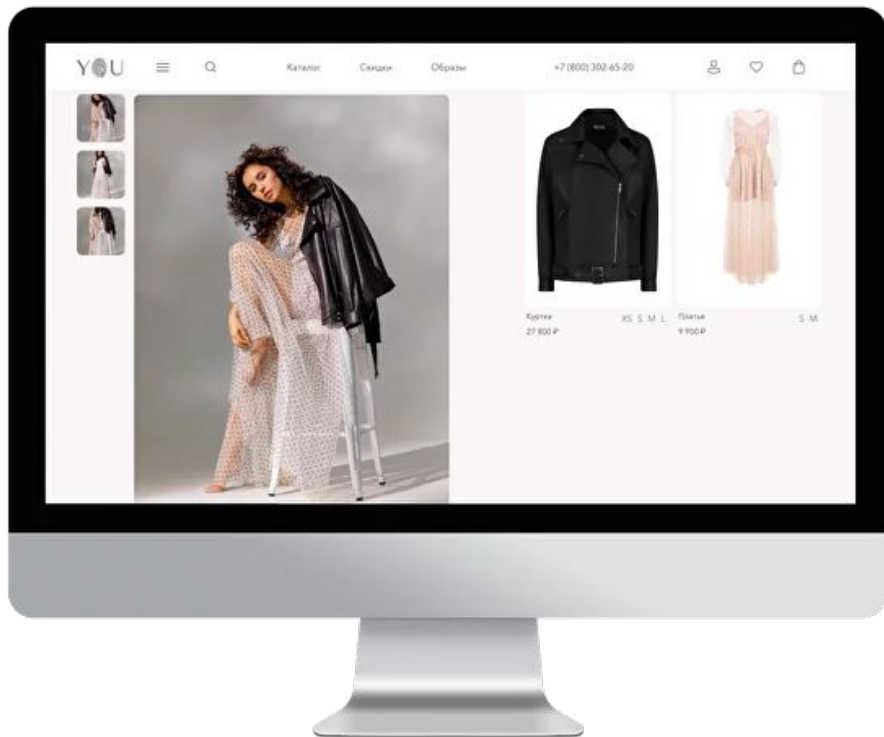


# САЙТ YOUSTORE.ONE

Ребрендинг компании и разработка сайта произошла во время периода пандемии. Поняли, что мы конкурируем не с конкретным сегментом моды, а со временем и человеческим вниманием.

- вынуждены сидеть дома
- получение переизбытка цифрового контента
- заказ вещей через интернет





**Тема "конструктора образов"** - стала основой идеи для разработки прототипа сайта YOU. Бренд помогает женщине легко и без усилий создать повседневный гардероб для любого случая. Этот бренд является универсальным конструктором, элементы которого мы поможем подобрать в соответствии с женскими предпочтениями и целями, а женщина сможет дополнить его красивыми новинками из следующих коллекций.

# СОСТАВ РАБОТ

## 1. Исследование

Комплекс мероприятий по погружению в визуальный анализ рынка

Анализ и выделение UI/UX трендов 2020 - 2021

## 2. Концепция

Разработка структуры сайта

Разработка сетки сайта

## 2. Прототип

**Разработка прототипов основных страниц**

**Разработка прототипов уникальных страниц**

- Главная
- Листинг (каталог), с несколькими типами карточек
- Страница товара
- Корзина
- Услуги и сервисы
- Наши стилисты
- Магазины
- Блог
- ЛК
- Вишлист

## 4. Дизайн

- Визуальный концепт. Разработка стиля сайта и визуального восприятия
- Разработка прототипа сайта
- Оформление контента
- Создание UI-kit

## 5. Визуализация главной страницы

- Визуализация страницы каталога
- Визуализация дополнительных страниц и спецпроектов
- Визуализация мобильных версий

- Каталог +
- Капсулы +
- Готовые образы
- Магазины +
- О нас
- Пресса о нас
- Программа лояльности
- Доставка и оплата
- Условия возврата
- Акции и конкурсы +
- Подарочные сертификаты
- InstaShop
- Спецпредложения
- NEW
- Скоро в продаже
- Верхняя одежда
- Платья
- Футболки и топы
- Костюмы
- Рубашки и блузы
- Жакеты
- Брюки и шорты
- Юбки
- Джемперы
- Аксессуары



Рубашки и блузы ▾

Сначала дешевые ▾

⚙️ Фильтры 2

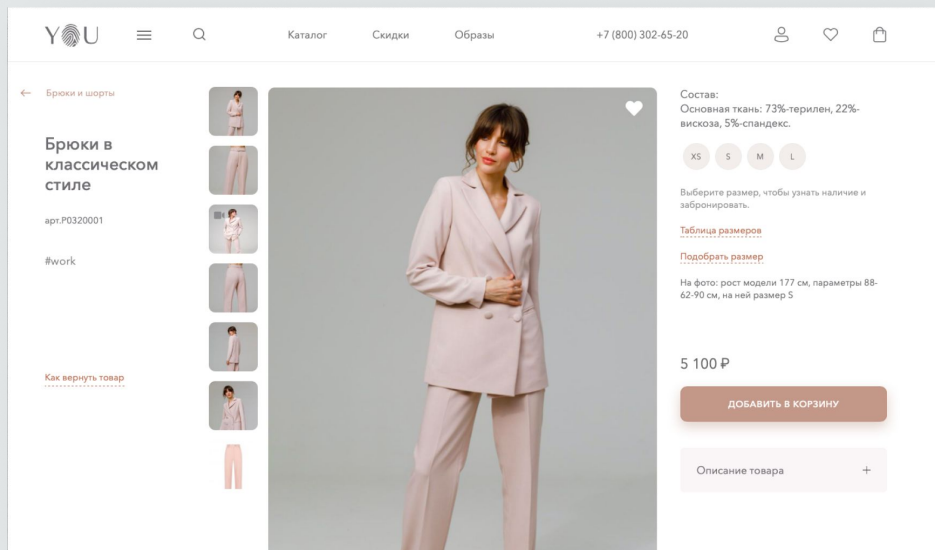


# СТРУКТУРА САЙТА

**Функциональные страницы покупателя онлайн магазина:** каталог, доставка и оплата, личный кабинет, скидки, InstaShop, контактная информация и расположение магазинов

**Авторские разделы для создания персонального образа,** например страница "Конструктор образов", блог о стиле

**Информационных разделов:** о бренде, пресса, блог, новости, раздел для партнеров, бонусы и акции





Каталог

Капсулы

HOME

SIMPLE

WORK

NATURE

ROMANTIC

EVENING

PARTY

Готовые образы

Магазины

О нас

HOME



SIMPLE



NATURE



SALE  
UP TO  
30%

с 11 до 30 ноября  
на любой товар

ПРОМОКОД 30%

ПОЛУЧИТЬ ПРОМОКОД

Удовольствие в каждом образе



Платья ▾

Капсула не выбрана ▾

Сначала новые ▾

⚙️ Фильтры





# VI ШОУРУМ

[Подробнее об этапе работ](#)

# ШОУРУМ

Санкт Петербург — родина и культурный код бренда YOU. За каждым дворцом в питерских дворах скрывается истинный дух города: потертые кирпичные стены, стрит-арт и вайб сообществ, влюбленных в свой город.

Флагманское пространство бренда YOU визуально погружает нас в атмосферу города. В концепции пространства отражены основные визуальные инсайты города. Санкт-Петербург живет в «вечной реконструкции», но за фасадами и скрытыми лесами, находятся объекты искусства, изысканный декор и история места.

# ЗАДАЧИ

- Создание концепции флагманского шоурума
- Отражение в интерьере цикла производства
- Интеграция проектного офиса и фото-студии
- Создание точки притяжения fashion-сообществ
- Арт-дирекшн всех этапов застройки



- Строительные леса стали основным инструментом при проектировании пространства шоурума.

- В их конструкции интегрирована ценность бренда — его продукт.

- Функциональное зонирование отражает весь цикл производства.

YOU





Marketing, Branding, Consulting



Sixth Sense

6-sense.pro



Marketing, Branding, Consulting



Sixth Sense



6-sense.pro







Marketing, Branding, Consulting



Sixth Sense

6-sense.pro

# ОТЗЫВ КЛИЕНТА:



**Инга Бычкова**

Маркетинг Директор  
бренда YOU

*“Команда Sixth Sense совершила для нашего бренда YOU главное и самое ценное: в короткие сроки произвела революцию в головах собственников и части команды, а также трансформировала незаметный скромный бизнес по производству и продаже женской одежды из Санкт-Петербурга в яркую уникальную сущность.*

*С помощью верно выбранного TOV, элементов визуализации и дизайна в он- и офлайне, тестированию гипотез в перформансе, эта сущность смогла в течение года **вырасти в узнаваемости в 37 раз и x2 в продажах.***

*Мы вместе создали и sound brand, влюбив в наш трек всех подписчиков аккаунта и покупательниц, и полностью переделали сайт, где ребята разработали новый крутой UX&UI, пересобрали весь CJM и помогли прокачать конверсии. Это счастье любого маркома — найти таких талантливых и смелых partners in crime.”*

# ОТЗЫВ КЛИЕНТА:



**Дмитрий Петровский**

Коммерческий директор  
бренда YOU

*“За счет своего профессионализма и невероятной энергетики команда Sixth Sense создала новую бренд-платформу и фирменный стиль для YOU, тем самым придав эстетики и уникальности бренду. Наш продукт засиял новыми красками, стал более желанным и привлекательным для целевой аудитории, несмотря на то, что мы не меняли ценовую политику.*”

**Результат проделанной работы мы заметили уже сразу после ребрендинга.** Благодаря новой платформе удалось получить предложения о новых локациях для размещения наших магазинов, а также поступили запросы на размещение от маркетплейсов. Отношение рынка к продукту изменилось в лучшую сторону, нам начали доверять. Sixth Sense создали новый формат представления нашего бренда рынку.


*Огромное спасибо за ваши идеи, труд и превосходный результат!”*



**Если у вас возникли какие-либо  
вопросы по кейсу, пожалуйста,  
свяжитесь со мной**

**Алиса Асеева**

Операционный директор Sixth Sense

 @alisaoliska



**6-sense.pro**



SIXTH  SENSE

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**