

«Северсталь» представляет обновленный портфель брендов

Компания «Северсталь» модернизировала портфель брендов для клиентов строительной, машиностроительной и энергетической отраслей и этим завершила процесс ребрендинга. Вся рекламная и информационная продукция, включая порталы в интернете, каталоги, буклеты, прайс-листы, приведена в соответствие с актуальной системой брендинга и наименования продуктов, сервисов и решений. Проект реализован на основе бизнес-стратегии и разработанного в 2020 г. позиционирования бренда. Такой подход впервые применен на российском металлургическом рынке.

Начальник управления продвижения продукции ПАО «Северсталь» Татьяна Кондратьева прокомментировала: «Ключевая особенность нашего подхода в том, что портфель продуктовых брендов создан исходя из запросов и потребностей клиентов компании. Его основу составили продукты и сервисы, которые решают задачи потребителей и дают им дополнительную ценность в виде особых свойств, экономической эффективности, комплексного предложения.

Для удобства пользователей все продуктовые и сервисные решения компании были распределены по отраслям и областям применения. Наименование каждого бренда отражает ключевые характеристики и преимущества продукта или услуги. Таким образом, продуктовая бренд-архитектура позволяет клиентам легче ориентироваться в разнообразном портфеле и принимать решение о покупке».

Примером нейминга комплексного предложения, предназначенного для предприятий строительной отрасли, являются решения для армирования Forcera: стержневая арматура, арматурные пряди и стальная фибра. Одним из преимуществ «Северстали» в данном случае является сервис подбора и расчета армирующих элементов, а также возможность разработки специальных конструкций под конкретный объект.

Среди новых брендов для строительства объектов промышленного и коммерческого назначения – линейка проката с полимерным покрытием для производства ограждающих конструкций Coversafe. Стойкий к аммиаку Superproof, к ультрафиолету Decoproof, базовый материал с гарантией долговечности Classic, безопасный и экологичный Bioclean, предназначенный для использования в пищевой промышленности и медицинских учреждениях, отвечают жестким требованиям по устойчивости к агрессивным средам.

Для энергетических компаний предусмотрены продукты из стали

криогенного назначения Cryonix. Линейку из криогенного листового проката, труб большого диаметра и арматуры объединяет устойчивость к низким и экстремально низким температурам. «Северсталь» является единственной российской металлургической компанией, имеющей опыт поставки криогенной стали для строительства заводов СПГ в РФ.

Среди брендированных сервисов с дополнительной ценностью для клиентов можно отметить консультирование по техническим вопросам Techconsulting и программу лояльности Plus. В настоящее время новая система наименований содержит 13 продуктовых брендов. Гибкая архитектура позволяет добавлять или исключать продукт, сервис или решение.

Генеральный директор Landor & Fitch в России Олег Кузьмин подытожил: «Мы видим, как лидеры B2B-рынка все больше создают брендированные продукты и решения для своих клиентов. То, что раньше было характерно для B2C-рынка, приходит на рынок индустриальных предложений. Упрощение категоризации портфеля, более понятная навигация и выбор, акцент на выгодах и преимуществах, важных в первую очередь для клиентов, – все это дает импульс для развития брендированных продуктов и решений от промышленных компаний».

Адрес оригинала:

<http://www.severstal.com/rus/media/news/document56224.phtml>

Дата публикации 10/02/2021 00:00