

ВСЕМУ СВОЕ ИМЯ

ПЕРМСКИЕ КОМПАНИИ ЭКСПЕРИМЕНТИРУЮТ СО СВОИМИ НАЗВАНИЯМИ И НАИМЕНОВАНИЯМИ СВОИХ ПРОДУКТОВ. ТАК, ПОЯВИЛИСЬ ЭПАТАЖНЫЕ ТОРТЫ «ДЕВОЧКИ В ВОСТОРГЕ», ЖЕНСКИЕ КОЛГОТКИ «POOR BUT SEXY» ИЛИ ИМЕНА С РЕГИОНАЛЬНЫМ УКЛОНОМ PARM. ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО УДАЧНОЕ НАЗВАНИЕ — ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГОВЫЙ ТРЮК, СПОСОБНЫЙ ЗАМЕТНО УЛУЧШИТЬ ПРОДВИЖЕНИЕ ПРОДУКЦИИ НА РЫНКЕ. АЛИНА КОМАЛУТДИНОВА

БЫТЬ В КОНТЕКСТЕ Удачное название компании должно помогать продавать продукт или услугу, которую она производит, а также привлекать внимание нужной бренду аудитории, формировать положительное впечатление, акцентировать внимание на ключевых характеристиках. Стоимость разработки нейминга, по оценке участников рынка, начинается от 200 тыс. руб. Однако не все компании обращаются к профессионалам. «Это алгоритмическое действие, не высшая математика. Его можно придумать, потратив некоторое время, разложив, где будешь его использовать, какое у него будет написание, проверить, какие компании работают в этой сфере. Предполагаю, что многие известные пермские бизнесы, такие как ProRobot, Cup by cup, Red cup, придумывали названия сами», — говорит основатель PR-агентства Padre Agency Петр Кравченко. Руководитель рекламной группы Ozon, ресторатор Олег Ощепков считает, что название компании — важный маркетинговый инструмент, который должен помогать выстраивать коммуникацию с аудиторией.

«У застройщика „Орсо групп“ мне нравится подход к неймингу новостроек: „Белка и Стрелка“, „Дом с бобром“, „Маасдам“. У „Семьи“ есть необычные собственные бренды: торты „Девочки

в восторге“ или женские колготки „Poor but sexy“ — их оценивают по-разному, но смелость экспериментов мне нравится. А вот большинство пермских застройщиков упростили подход к названию своих проектов и придумывают банальщину своими силами», — отмечает PR-консультант Борис Майоров. Примеры откровенно неудачных названий пермских бизнесов эксперты назвать затруднились. «Название может просто не сработать. Название — это лишь красивая упаковка, хорошему продукту оно поможет поднять продажи, а плохой не спасет. Не нужно его недооценивать и переоценивать», — считает Борис Майоров.

Эксперты сходятся во мнении, что неудачный нейминг не загубит бизнес, но может принести ему немало проблем: затормозить развитие, стать причиной больших финансовых и энергетических затрат на продвижение товара или услуги. По мнению Петра Кравченко, откровенно плохой нейминг встречается редко, чаще — просто безликий. Есть странные названия компаний, но в умелых руках пиар-специалиста их можно обыграть. Другое дело, что многие компании сегмента b2c не используют потенциал нейминга. «Если название не совсем безумное, то загубить компанию оно вряд ли может. Например, в Березниках есть ритуальное



БАНК «УРАЛ-ФД» СМЕНИЛ НАЗВАНИЕ — ДЛЯ РАЗВИТИЯ РОЗНИЧНОГО БИЗНЕСА БЕЗ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ПРИВЯЗКИ

С итальянским акцентом

Респектабельных пермяков приглашают в салон-клуб мужской одежды

В Перми открылся салон-ателье мужской одежды Damerino, позволяющий пермякам получить костюмы по индивидуальным меркам прямоком из Италии. Основатель салона Ронни Раджпал уверен: только в атмосфере закрытого клуба возможно выстроить с клиентом долгие и доверительные отношения. Гости выбирают ткани и фурнитуру в VIP-комнате за бокалом вина, а уже через полтора месяца из Италии доставляют костюм, созданный по индивидуальным меркам. В преддверии весны господин Раджпал расширяет ассортимент подарками для дам, которые нередко помогают своим мужчинам в выборе костюма в салоне-ателье Damerino.



— Ронни, что привело вас в Пермь?

— Я работаю в России уже 14 лет, до 2017 года успел накопить опыт управления двумя салонами мужской одежды в Москве. Но пришло время сделать что-то свое. И я приступил к поиску подходящего города. Опыт подсказывал: мне нужен город с низкой конкуренцией в премиум-сегменте и при этом с высоким потенциалом. Так выбор пал на Пермь. И мы не прогадали.

— Но в Перми уже есть бутики и магазины мужской одежды с наработанной клиентурой...

— В этом и есть наша изюминка! Мы не открыли магазин. Мы создали в Перми салон-клуб, куда готовы принять желающих. Damerino — это не магазин с витринами. Это настоящий клуб, где наши клиенты за чашкой кофе или бокалом вина могут выбрать ткань и фурнитуру для будущего костюма из 300 различных вариантов. Отдохнуть в VIP-комнате, чтобы никто в этот момент не мог вас потревожить, при этом комфортно снять мерки, то есть почувствовать себя нашим гостем.

— Какое время потребуется для пошива костюма?

— Костюм по снятым меркам будет шиться нашим портным в Италии. На это потребуется пять-шесть недель. После доставки в Пермь подгонка потребует еще пару дней, но клиент получит одежду, сделанную именно для него: из потрясающей ткани, нужного оттенка и комфортного размера, с подходящими фурнитурой и аксессуарами.

— Что за ткани вы предлагаете носить пермякам?

— Индивидуальный пошив костюмов, сорочек и верхней одежды возможен из английских и итальянских тканей: Logo Piana,

Dormeuil, Ermenegildo Zegna, Holland & Sherry и других. При этом не менее качественные ткани представлены в новой коллекции трикотажа, джинсов и верхней одежды. Это известные бренды: Scissor Scriptor, Barrett, Mandelli, Laura Biagiotti, Hettabretz, Mandelli, Bertolo, Jacob Cohën и другие.

— Кто ваш клиент?

— Это крупный бизнесмен, топ-менеджер или государственный деятель. Тот, кто знает, что дает мужчине хороший костюм: чувство уверенности в своих силах, возможности побед, предвкушение достижений. Мы предлагаем одежду для самых различных мероприятий — от тех, на которых уместен стиль casual, до событий уровня вручения премии «Оскар». И наш клиент знает, что на каждый сезон уместно иметь по три костюма. И готов их иметь. А мы готовы их пошить!

— В каком ценовом диапазоне находится ваша продукция?

— Костюм обойдется примерно в 100 тыс. руб. Да, кто-то может сказать, что это дорого. Но мы предлагаем не пиджак и брюки. Наше качество — это буквально уровень Rolls-Royce. И в Перми более чем достаточно клиентов, уже оценивших наши возможности.

— За полгода у Damerino уже сформировалась клиентская база?

— На открытие салона в сентябре мы пригласили нашего портного из Италии, друзей и потенциальных клиентов. Ужин проходил в ресторане La Bottega, где мы презентовали одежду. И каждый желающий мог снять мерки. Прошло полгода, и члены нашего клуба заказывают костюмы в преддверии смены сезонов. Более того, многие из них посещают

наш салон вместе с женами, которые помогают подобрать ткани. Мы решили отблагодарить наших клиентов. В салоне уже появились женские палантины из кашемира и шелка. Так мужчины смогут сделать подарок своим половинкам. Кроме того, 15–16 марта мы вновь проведем встречу членов нашего клуба, на которую прибудет наш портной из Италии, готовый сразу же снять мерки.

— Станет ли вскоре Damerino и женским салоном?

— Мы рассматриваем все возможности для расширения бизнеса. К осени планируем запустить продажу женской верхней одежды и джинсов. Начнем с малого, и поймем, как это работает. Параллельно мы открыли салон в Санкт-Петербурге. Так что у нас многое впереди.

— Не разрушит ли женское «вторжение» сформированный мужской клуб?

— Мы приложили много сил для создания клубной атмосферы. И каждый наш клиент знает, что он не просто покупатель, а гость, который может не только заказать здесь костюм, но и провести деловую встречу. Мы ценим доверие клиентов. Именно поэтому рассматриваем возможность включения женского ассортимента как дополнение к мужскому, чтобы наши гости могли порадовать дам, а поход в Damerino стал приятным событием для них обоих.

DAMERINO

Советская ул., 65а, Пермь
+7 (342) 206-21-70
damerino.ru