любовь пирогова
платформа бренда

Любовь Пирогова

sensesay

Продукт и аудитория

Пекарню «Любовь Пирогова» в 2014 году основали супруги Мунира и Вадим Кургановы. Пироги из песочного теста пекут только после заказа. Все рецепты придумывает шеф и совладелица Мунира Курганова — она лично руководит работой 25 пекарей и выбором ингредиентов. Пироги из натуральных продуктов хранятся всего 24 часа. Производство позволяет испечь до 300 пирогов за раз.

Особенности:

- Начинки больше, чем теста, — по фирменным рецептам Муниры.
- Уникальные пироги из песочного теста на сливочном масле 82,5%.
- Только под заказ — доставляются тёплыми, свежими, с тем самым вкусом.

Важно создать бренд, который не только строит связь с клиентами, но и вызывает гордость у нынешних сотрудников и вдохновляет будущих.

Внешняя аудитория: офисные сотрудники и семьи из Москвы и Московской области, 25+, со средним и выше среднего доходом. Живут в быстром темпе, ценят качество, удобство заказа и семейные традиции. Им нужна вкусная еда для праздников, семейных ужинов и корпоративов, которая отражает заботу.

Внутренняя аудитория: повара, маркетологи, курьеры и другие сотрудники. Ведут активный образ жизни, нацелены на результат, любят работать в команде. Ценят доверие, открытость, взаимную поддержку и хотят вдохновлять своим продуктом.

Обе аудитории объединяют забота, желание расти и стремление быть частью сообщества. Они хотят видеть в пирогах «Любови Пироговой» не «домашний бабушкин пирог», а нечто большее — символ тепла, заботы, умения делиться и быть рядом.

Позиционирование и эмоциональный вектор

Мы поняли, что сотрудники «Любови Пироговой» — это люди, которые дарят заботу и эмоции через пироги. Они объединяют семьи и офисы и помогают делиться чувствами. Пироги — не просто еда, а способ сделать жизнь вкуснее, теплее и душевнее, неся любовь в каждом кусочке.

Ключ — в названии. Оно воплощает главное сообщение бренда: о любви мы можем говорить искреннее и убедительнее других брендов в категории.

Что такое любовь? Мы изучили сотни определений, произведений искусства и научных концепций. Любовь многогранна и её сложно описать, но каждый её чувствует. Мы знаем, что это такое, и выражаем это через пироги — без слов.

Любовь Пирогова. Мы объединяем все проявления чувства, в честь которого названа пекарня. Делимся ими так, чтобы ощущалось, что это именно ❤

Ценности бренда



Поддерживаем отношения

Между членами семьи, друзьями, влюблёнными, детьми, коллегами, знакомыми, гостями

Проявляем внимание

К людям, к рецептам, к ингредиентам, к пирогам, к доставке, к любому событию, к каждому этапу

Выражаем чувства

Через вкус, через общение, через поступки, через взаимодействия, через подход к работе и команде

Становимся лучше

Благодаря обучению, изобретательности, коллегам, клиентам, вдохновению, семье, профессионализму

Архетип бренда



Чуткий влюблённый

Эмпатичный, внимательный к деталям, ценящий красоту и удовольствие

Цель: построить гармоничные и доверительные отношения, наполненные радостью, удовольствием и комфортом
Обещание бренда: связь, наслаждение, забота
Стратегия: стремиться к красоте и заботиться о комфорте

Мы вкладываем ❤ и заботу во все этапы приготовления пирогов. В каждом кусочке — наша страсть к качеству и внимательность к деталям, чтобы вы прочувствовали трепетно вложенные красоту и вкус.

Дарим тёплое ощущение комфорта, радости и щедро делимся чувствами, чтобы вы ощутили их вместе с нами.

Делиться самым ценным

Мы объединяем все проявления чувства, в честь которого названа пекарня. Делимся ими так, чтобы ощущалось, что это именно ❤

Манифест

Первая, взаимная, дружеская, крепкая,
счастливая, чистая, трепетная, верная,
семейная, романтичная...
Горячая, свежая, сладкая, разделённая,
нежная, открытая, с перчинкой...

Такая многогранная, но ощущается
каждым. Мы объединяем
все её проявления, вкладывая в пироги
самое прекрасное чувство.



Платформа бренда

Манифест

Первая, взаимная, дружеская, крепкая, счастливая, чистая, трепетная, верная, семейная, романтичная… Горячая, свежая, сладкая, разделённая, нежная, открытая, с перчинкой…

Такая многогранная, но ощущается каждым. Мы объединяем все её проявления, вкладывая в пироги самое прекрасное чувство.

СУТЬ	**Делиться самым ценным**
ЦЕННОСТИ	Поддерживаем отношения, Проявляем внимание, Выражаем чувства, Становимся лучше
АРХЕТИП	Чуткий влюблённый
ИДЕЯ БРЕНДА	Мы объединяем все проявления чувства, в честь которого названа пекарня. Делимся ими так, чтобы ощущалось, что это именно ❤
ИНСАЙТ	Любовь многогранна и её сложно описать, но каждый её чувствует.
СИТУАЦИЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ	Вкусная еда для праздников, семейных ужинов и корпоративов, отражающая заботу
РЫНОК	Пекарня пирогов
ЦА	Офисные сотрудники и семьи из Москвы и Московской области, 25+, со средним и выше среднего доходом

Как звучит бренд (Tone of voice)

Характер бренда

«Любовь Пирогова» открыта, способна понять и принять разные формы любви. Мудрая, но не высокомерная; семейная, эмпатичная, творческая, проактивная, радостная, но не легкомысленная; умная и ответственная. Способна на глубокие чувства и эмоциональную связь.

Бренд звучит

Открыто, чутко, с яркими проявлениями эмоций, не боясь говорить о чувствах.

Стремится к красоте, эстетике, пониманию и доверительным отношениям.

С вдохновением — о нашем деле и людях вокруг.

Любит говорить о

Принятии и понимании любых эмоций,

ответственном подходе к каждому шагу,

своих рецептах и внутренней кухне, увлечённости и заботе в команде,

стремлениях и росте,

радости общения, почти семейных связях и значимых отношениях друг с другом.

Не любит говорить

О пирогах как о «бабушкиных рецептах»,

слишком самоуверенно или самовлюблённо,

эгоистично, не замечая вклада команды,

о простоте или незатейливости процессов и ингредиентов,

о том, что не подкреплено фактами. Избегаем слова «любовь» и его производных.

Потому что

Мы — вдумчивая и заботливая команда, которая вкладывает душу в каждый этап работы и строит гармоничные и доверительные отношения с окружающими, чтобы они могли свободно выражать свои чувства.

Слоган позиционирования

Любовь Пирогова. ЕдиМое целое.

(Игра слов передаёт единство. Разница всего в одну букву, но мы говорим о любви, общности и, конечно, о радости попробовать пирог.)

Любовь Пирогова. Между нами!

(Пирог в центре объединяет людей и намекает: когда «Любовь Пирогова» между нами — рождается то самое чувство.)

Любовь Пирогова. Твоя.

(Если написать по кругу, как печать, видно и название бренда, и мысль, что это твоя любовь.)

Любовь Пирогова Твоя Любовь Пирогова Твоя Любовь Пирогова Твоя Любовь Пирогова Твоя Любовь Пирогова Твоя Любовь Пирогова Твоя



Дизайн-концепция в поддержку позиционирования бренда

Метафора любви отражена в каждом элементе: всё обнимается, соединяется и объединяется, образуя что-то целое и ценное.





Дизайн-концепция в поддержку позиционирования бренда





Дизайн-концепция в поддержку позиционирования бренда





шпинат и сыр –
едимое целое



Любовь Пирогова

sensesay

Платформа бренда разработана брендинговым агентством Sensesay

sensesay.ru
сайт агентства

brand-bar.ru
Brand&Bar — медиа о брендинге

t.me/sensesay_agency
Telegram-канал агентства

Кейс целиком —
dprofile.ru/case/154373/liubov-pirogova

© Sensesay. Материал публикуется с согласия клиента.