

# КОНКУРС «МЕДИАКАРЬЕРА» (ВВДО)

СЕВОСТЬЯНОВА ЮЛИЯ,  
1 КУРС МАГИСТРАТУРЫ



## Задание:

Придумать название и слоган для сети ресторанов быстрого питания, еда в которых готовится из натуральных фермерских экопродуктов

Когда потенциальный потребитель видит торговую точку, он должен буквально с первого взгляда понимать, что ему предлагают приобрести – продукты питания, косметику, бытовую химию, аксессуары, одежду и т.д. Наладить эффективную коммуникацию с потребителями помогает правильно подобранное коммерческое имя и слоган, который дополняет его, делает ещё более запоминающимся и ёмким. При разработке вариантов коммерческого имени сети ресторанов быстрого питания мы руководствовались следующими фактами: блюда готовятся из натуральных, свежих фермерских продуктов; они простые, готовятся на скорую руку, быстро.

**Целевая аудитория** – молодые люди 18-35 лет, энергичные, мобильные, занятые, трудолюбивые. Они ведут (или собирающиеся вести) здоровый, экологичный образ жизни, интересуются спортом и правильным питанием, не любят терять время зря в очередях магазинов и в ожидании заказа в кафе/ресторане.



# 1) Фуд-стоп Быстрый Зелёный

## Полезный обед для мобильных людей!

Дефинитор «фуд-стоп» образован с помощью слияния двух английских слов – food (еда) и stop (стоп). Это слово имеет отсылку к общеизвестному слову «ПИТ-СТОП» – техническая остановка машины во время гонки для выполнения заправки топливом, смены шин – и обозначает в данном контексте точку быстрого питания, которая «подзарядит» на весь остаток дня. Транслитерация слов не затрудняет их понимание. «Быстрый Зелёный», как и требуется, отражает идею натуральности и скорости приготовления блюд. Слоган «Полезный обед для мобильных людей» в смысловом плане дублирует нашу ориентированность на молодёжь – подвижную, энергичную, деловую.

Данное коммерческое имя и слоган логически построены на сопоставлении двух, казалось бы, несовместимых понятий – скорость и натуральность. В нашем понимании быстро приготовленная еда – обязательно вредная для желудка и калорийная. Мы развенчиваем этот стереотип, используя слова, имеющие значение «скорости» (фуд-стоп, быстрый, мобильный) и «натуральности» (зелёный, полезный), таким образом, что они не вступают друг с другом в конфликт.

# 1) #ЕшьПейФрэш

## Твоя порция свежести

Коммерческое имя состоит из трёх слов, которые графически объединены в одно. Это слияние обусловлено ориентированностью заведения на молодую аудиторию – знак # делает КИ похожим на хэштег, а хэштегами активнее всего пользуется как раз молодёжь и продвинутые взрослые. Эта графическая реализация коммерческого имени становится ещё и инструментом продвижения в социальных сетях.

Глаголы «ешь» и «пей» в данном КИ демонстрируют потенциальному потребителю, что ему предлагают – еду и напитки, обед, перекус. Слово «фрэш», которое понятно широкой аудитории, делает акцент на свежести и натуральности продуктов.

Ёмкий и понятный слоган как бы «рашифровывает» коммерческое имя – слово «порция» имеет чёткую ассоциацию с едой, а «свежесть» (помимо того, что переводит слово «фрэш») – с лёгкостью, зеленью, здоровьем.

### 3) Грин Лайт

## Зелёный свет здоровому обеду!

Это коммерческое имя состоит из двух транслитерированных английских слов «грин» (green) и «лайт» (light). Их выбор обусловлен тем, что они благозвучно сочетаются и знакомы большинству потенциальных потребителей. Однако для не столь осведомленных людей их перевод дублируется в слогане, а также разъясняется торговое предложение субъекта – обед из натуральных, свежих, полезных продуктов. «Зелёный свет» ассоциируется со светофором, свободой, движением, вседозволенностью, энергией. Слоган имеет следующий смысл: в суете рабочих будней важно помнить и о своём здоровье, заботиться об организме, разрешить себе сделать перерыв.



## 4) ФрэшСтоп

### Здоровая еда для самых быстрых!

Коммерческое имя состоит из двух ассимилированных слов «фрэш» и «стоп», которые объединены в одно – это отсылает нас всё к тому же «пит-стопу» (остановка гоночных машин для заправки, смены шин и т.д.). «Фрэш» отражает необходимую нам идею свежести и натуральности, а целиком «ФрэшСтоп» – скорости, даже молниеносности. Слоган расшифровывает КИ для аудитории – потребитель видит, что именно ему предлагают приобрести («здоровая еда») и какие условия его в данном заведении ожидают («для самых быстрых»). Слоган демонстрирует ориентацию на работающую, энергичную молодёжь, которая привыкла есть на ходу, готовить на скорую руку, а потом снова идти по делам. Для них поход в магазин/кафе – это всегда некий пит-стоп, который позволяет подзарядиться, удовлетворить базовую потребность в еде и спешить дальше.

## 5) Секрет фермы

### Наш секрет – вкусный и быстрый обед

Данное коммерческое имя обыгрывает выражение «секрет фирмы», что делает его узнаваемым и легко запоминающимся. Слово «ферма» отражает идею натуральности, свежести продуктов, используемых при приготовлении. Слоган расшифровывает КИ субъекта, обозначая торговое предложение (вкусный и быстрый обед). Рифма придает слогану логическую завершенность и способствует более быстрому запоминанию.





**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!**