

ТРЦ «Ярмарка»,
г. Астрахань

Бренд. Коммерческая недвижимость

ЯРМАРКА

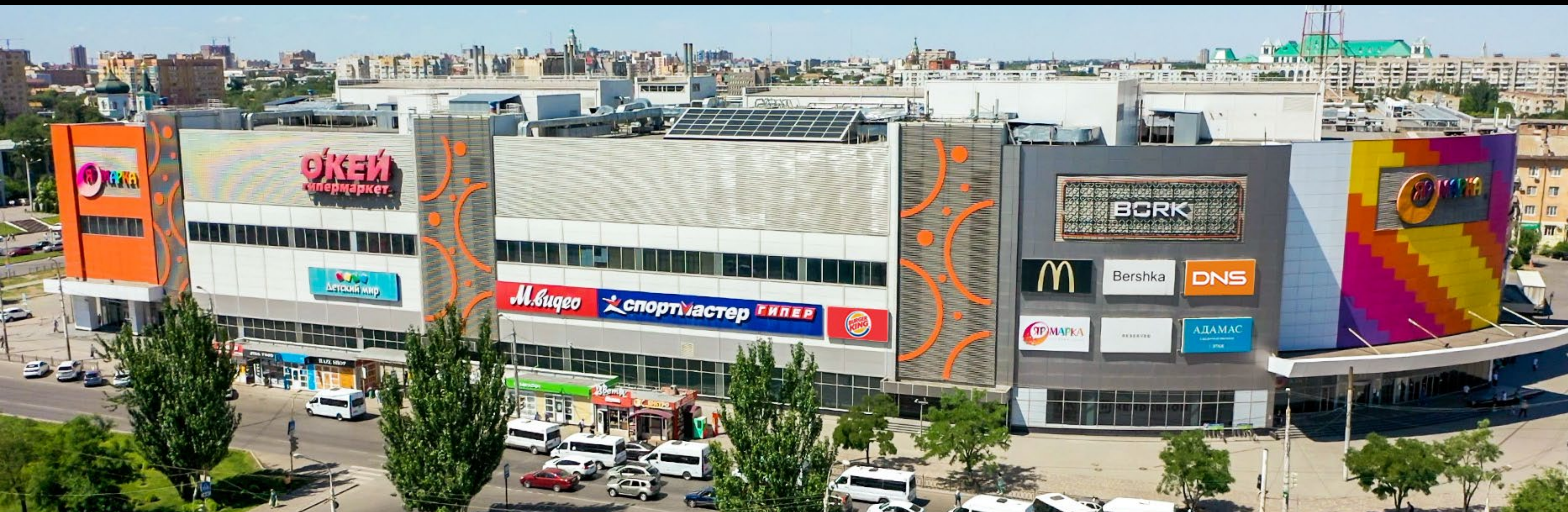
WOW
AWARDS

Объект

ТРЦ «Ярмарка»

Астрахань (524 371 чел.)
пл. Вокзальная, д.13, литер А
GBA: 81 000 м²
GLA: 38 000 м²

Торговые уровни: 3
Паркинг: 2 уровня, 639 м/м
Дата открытия: 25 ноября 2011 г.
yarmarka-center.ru



История

С октября 2022 года собственник и управляющая компания – Central Properties.

Придя на объект мы, разумеется, стали думать о стратегии развития. Кроме масштабного маркетингового исследования говорили с сотрудниками, арендаторами, партнерами и просто жителями города. «Торговый центр без лица» – как-то услышала я. Да, это было так. У объекта не было бренд-платформы. Это как у человека не было бы своего Я. Это ужасно, и даже хуже – это «никак».

— Александра Бартель,
директор по маркетингу

Задача

Создание бренд-платформы
и фирменного стиля

Предпосылки

Астрахань — провинциальный небогатый город.

Рутинная и монотонность — когда день за днем происходит одно и то же, а потом снова одно и то же — привычные будни таких мест.

Важный социальный тренд — россияне с трудом представляют свой завтрашний день.

Следствие — люди перестали откладывать какие-то решения или покупки на завтра.

«Потом» может не наступить, жить и делать то, что хочется люди начинают «сейчас».

Купить что-то новое, поехать в отпуск, записаться на танцы — все это многие выбирают сделать «сейчас».

Инсайт

Важны и ценны все ваши желания и маленькие прихоти. Все это — краски жизни. «Ярмарка» — это место, которое меняет монотонный ритм городских будней. Делает жизнь яркой, насыщенной, помогает прожить каждый момент по-настоящему, с большим удовольствием от процесса и результата.

!C

Платформа ПОЗИЦИО- НИРОВАНИЯ

THE
CLIENTS
ЯРМАРКА

!С

Ядро —

Живой как жизнь

!С

Суть

**Городское торговое пространство,
где кипит полноценная жизнь. Здесь
покупки и встречи, ужины и меро-
приятия, семейные выходные и сви-
дания. Живое и бурлящее простран-
ство для вашей активной жизни**

!C

Brand Story

Для всех жителей Астрахани, какими бы разными в своих предпочтениях и вкусах они не были.

Мы являемся местом, где бурлит жизнь и где легко найти то, чего не хватало в городе: от выпускного платья до отпускного настроения; от тихих вин до шумных застолий; от помады для мамы до футбольной трансляции для папы.

Предлагаем первое живое торговое пространство, вдохновленное городом и горожанами. Такое же яркое и разное, как характер каждого из вас.

Потому, что только «Ярмарка» способна собрать под своей крышей все самое интересное. А потом еще немного сверх того, что все ожидали.

!C

МИССИЯ

Мы живем и работаем для того, чтобы сделать жизнь горожан яркой, насыщенной, интересной, впечатляющей, удивляющей, приносящей радость и удовольствие. Жизнь, полная жизни — вот наша цель.

!C

Мани- фест

Жизнь — как ярмарка. Состоит из ярких красок и неожиданных встреч, шума и гама, блинов и штанов, азарта и поисков. Ярмарка — как жизнь. Происходящая и удивляющая, живая и бурлящая, манящая огнями и кружащая в водовороте событий. ТРЦ «Ярмарка» — тоже как жизнь. И как ярмарка. Как одно и другое вместе — взболтать и смешивать. Приходите и живите!

Рациональные преимущества

Центральная локация.

Лучшее шопинг-
предложение в городе.

Комфортная среда.

Разнообразие дополнительных
услуг и сервисов.

Новаторский для города
подход к проекту.

Эмоциональные преимущества

Удобство посещения.

Уверенность в том, что здесь
всегда найдется то, что нужно.

Приятно провести время.

Радость новых открытий.

Чувство причастности
к позитивным изменениям
и развитию.

Ценности бренда

Жизнь во всем ее разнообразии.

Индивидуальность каждого.

Открытость новому.

Астрахань.

Характер бренда

Витальный — полный жизни, драйва и амбиций.

Яркий — полный самых разнообразных красок, оттенков и характеров.

Беспокойный — отказывающийся стоять на месте и почивать на лаврах.

Полный индивидуальности. А потому ценящий ее и в себе, и в других.

Генератор изменений. Меняющий жизнь людей и настроение на улицах города.

Tone of Voice

Живая неформальная речь.

Без языковых штампов и официоза.

Не надо усложнять и умничать не к месту.

Дружелюбная интонация, эмоциональная подача.

Мы не коммуницируем.
Мы — общаемся.

!C

Визуальная айдентика

THE
CLIENTS
ЯРМАРКА

!C

Саммари
стиля

Живой, кипящий, ярмарочный микс стилей, вдохновленный городом и астраханцами

!С

Ярмарка — самое яркое место города. Ее акции, новости и предложения у всех на устах — они буквально разлетаются по городу, **заполняя улицы города и раскрашивая их**, тем самым превращая город в новое удивительное место.

!C

Концепция

Ярмарка —
ЭТО НОВЫЙ
СЛОЙ ГОРОДА

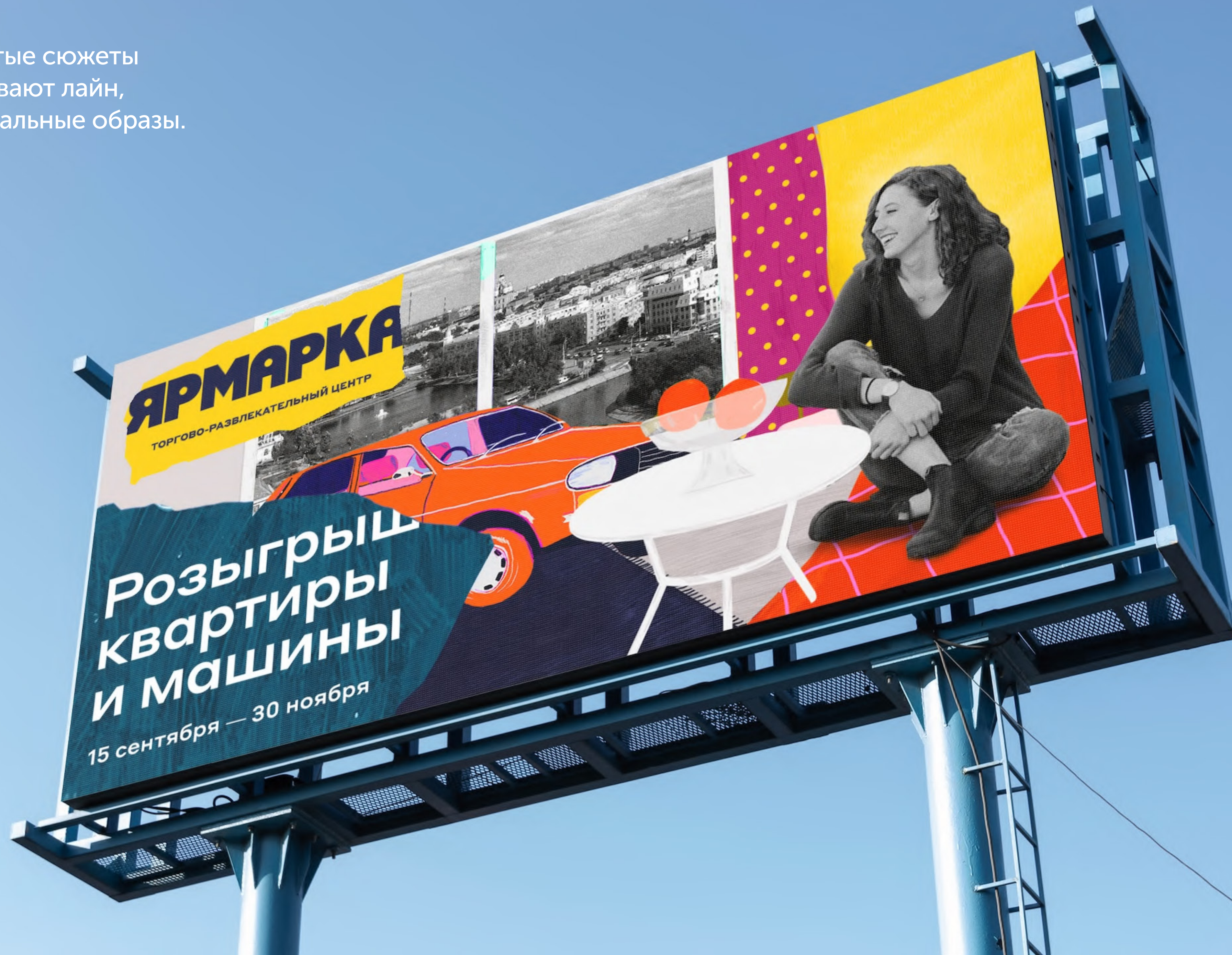
!С

Для того, чтобы проиллюстрировать эту мысль, мы, буквально **создадим новый слой поверх старого** и привычного, и на этом контрасте построим нашу визуальную айдентику.





Коллажные слоистые сюжеты
форматов обыгрывают лайн,
выделяя его центральные образы.



ЯРМАРКА
ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР

**Большая
зимняя
распродажа**

Минус 80% на все



!C


Концепция

Ярмарка ИЗМЕНИТ ГОРОД

THE
CLIENTS
ЯРМАРКА

Астрахань
станет ярче





ЯРМАРКА

ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫЙ ЦЕНТР

**Астрахань
стала ярче!**