

Предвосхищая желания

Anticipating the Wishes



Лианне ван ден Берг-Витцель

управляющая из отдела brand intelligence компании Claessens Product Consultants

Lianne van den Berg-Weitzel

Brand Intelligence manager at Claessens Product Consultants

Сегодня при разработке бренда уже недостаточно просто предлагать потребителю то, что он хочет – необходимо предугадывать его желания. В голландском агентстве Claessens Product Consultants четко отслеживают появляющиеся потребительские тенденции, на базе которых и формируются впоследствии брендинговые стратегии. Лианне ван ден Берг-Витцель, управляющая из отдела brand intelligence компании Claessens Product Consultants, поделилась с журналом Identity несколькими текущими потребительскими тенденциями

Today for a consultancy elaborating a brand it is not enough to simply offer the customers what they want; it is necessary to anticipate their wishes. The Dutch agency Claessens Product Consultants keeps track of all the emerging consumer trends and uses this knowledge to formulate the brand strategies. Lianne Van Den Berg-Weitzel, brand intelligence manager at Claessens Product Consultants, presents to the readers of Identity several current consumer trends and illustrates them with the new projects of her company

Существует два подхода к дизайну брендов: их можно оценивать с точки зрения креатива, а можно с точки зрения драйверов для потребителя. В Claessens при разработке дизайна для брендов мы уделяем огромное внимание именно потребителю. Каждый проект начинается с обзора рынка, брендов, брендинговых ходов и поведения потребителя. В агентстве есть специальный отдел Brand intelligence (осведомленность о брендах), который отвечает за выявление заметных тенденций и областей их применения. Основываясь на глубоком знании и тесно сотрудничая с креативным отделом, отдел Brand intelligence формулирует несколько подходящих стратегий дизайна. Этот подход позволяет дизайнерам облекать понимание потребительских тенденций и позиционирования бренда в соответствующие креативные решения. В Claessens стараются смотреть на голову выше своего потребителя, предлагая ему преимущества раньше, чем он успеет этого захотеть.

Brand design can be approached in two ways: from a creative point of view and also starting from consumer drivers. In Claessens Product Consultants' approach to brand design, the consumer plays the leading part. Projects by Claessens Product Consultants start with closely watching the developments in the market, brands, branding and consumer behaviour. The agency possesses a special Brand Intelligence department that discovers large trends and the cross-overs between them. Based upon all knowledge and in close cooperation with the Creative department, Brand Intelligence formulates adequate design strategies. This approach enables the designers to translate the understanding of consumer trends and the positioning of the brand into relevant creative solutions. Creative solutions by Claessens Product Consultants are therefore designs that make consumers satisfied and, even more important, happy. In other words, they go beyond consumer acceptance by creating preference.