

# METRO BRAND AND COMMUNICATION STRATEGY

A woman in a white dress stands in a dark, misty forest, looking towards a glowing blue dragon-like creature. The scene is framed by large, gnarled tree trunks.

*“Here we must run as fast as we can, just to stay in place. And if you wish to go anywhere you must run twice as fast as that”*

*Lewis Carroll*

Время бежать в два раза  
быстрее...!



**Три признака хорошей стратегии:  
Фокус / Дивергенция / Девиз**



**Фокус коммуникационной стратегии:**

**“TELL AND SELL”**

**“YOU AND METRO”**

---

- Быть не только в калькуляторах / умах , но и в сердцах клиентов
- Иметь клиентов фанатов
- Видеть их у себя в магазине

A row of metal shopping carts in a store aisle. The carts are arranged in a line, receding into the distance. The background shows a store aisle with shelves and other carts. The lighting is warm, suggesting an indoor setting.

# МЕТРО 2013 СЛИШКОМ ФУНКЦИОНАЛЬНЫ

**МЕТРО  
В ПОДДЕРЖКУ МАЛОГО  
И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА**



FOR ME THE MOST IMPORTANT IS **QUALITY** AND **AVAILABILITY** OF PRODUCTS



I NEED THE BEST **PRICE** AND **PROMO OFFERS**



I PREFER TO HAVE **ALL** I NEED **UNDER ONE ROOF**



I AM INTERESTED IN **UNIQUE** PRODUCT **ASSORTMENT**



## Уникальные преимущества для клиентов

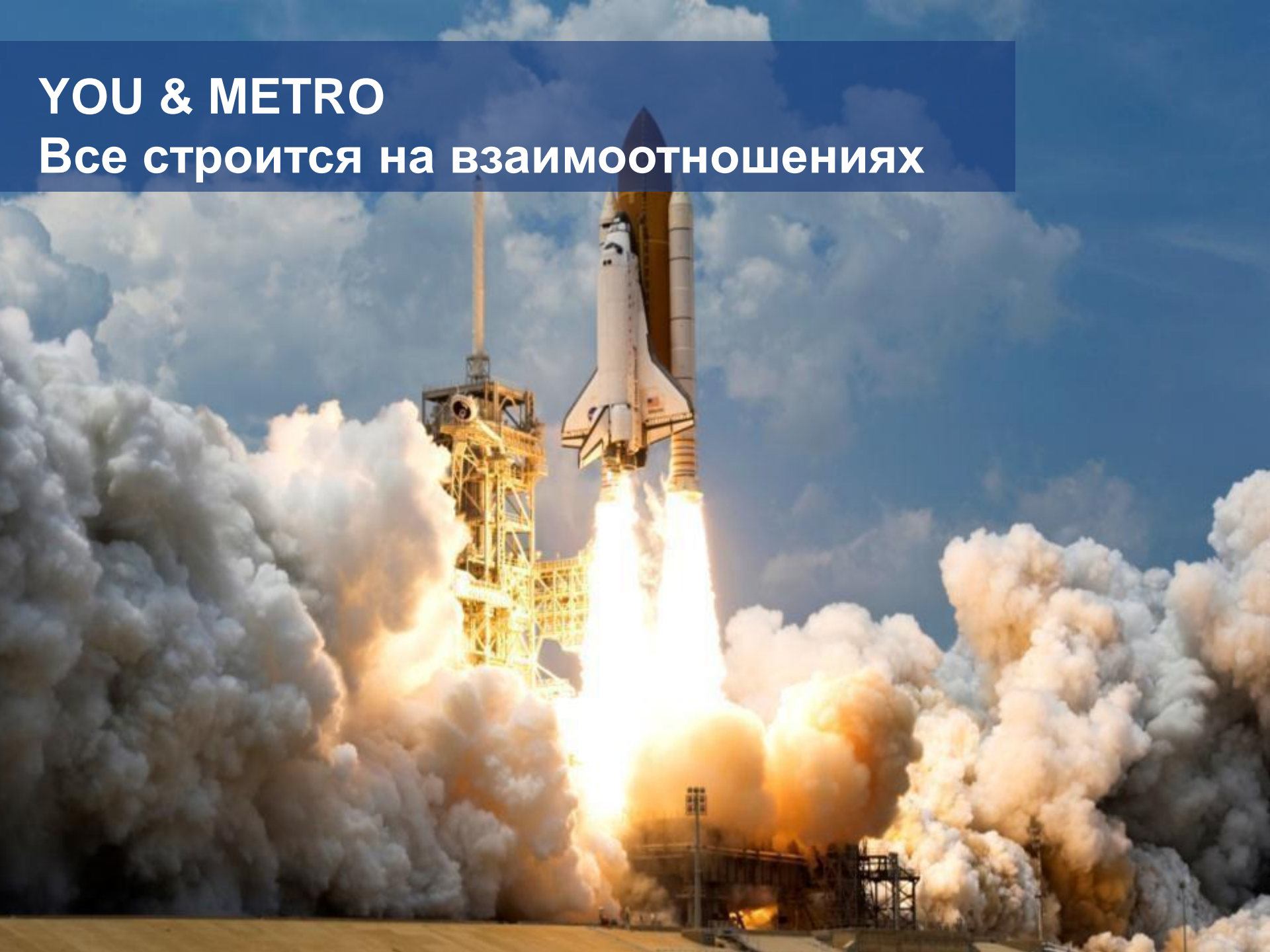
---

- Дифференцирующие преимущества от конкурентов
- Доказывающие обещания бренда
- Подходящие и отвечающие нуждам всех целевых групп



**YOU & METRO**

**Все строится на взаимоотношениях**





# YOU & METRO

- мы не останавливаемся в своем поиске понимания нужд клиентов •
- **МЫ СТРОИМ ДОВЕРИТЕЛЬНЫЕ ЛИЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ** •
- мы делаем больше, чем требуется •
- *НАША ЭКСПЕРТИЗА И ГОТОВЫЕ РЕШЕНИЯ ВДОХНОВЛЯЮТ КЛИЕНТОВ* •
- **УСПЕХ КЛИЕНТОВ – ЭТО НАШ УСПЕХ!** •



- **we relentlessly seek for customer understanding** •
- **WE BUILD TRUSTED & PERSONAL RELATIONSHIPS** •
- **we go the extra mile to make it happen** •
- *WE INSPIRE WITH EXPERTISE AND UNIQUE SOLUTIONS* •
- **WE WIN WHEN OUR CUSTOMERS WIN** •



# Коммерческий календарь

## COMMERCIAL CALENDAR 2015



Выбирайте точки роста  
Выбирайте каналы  
Выбирайте проекты

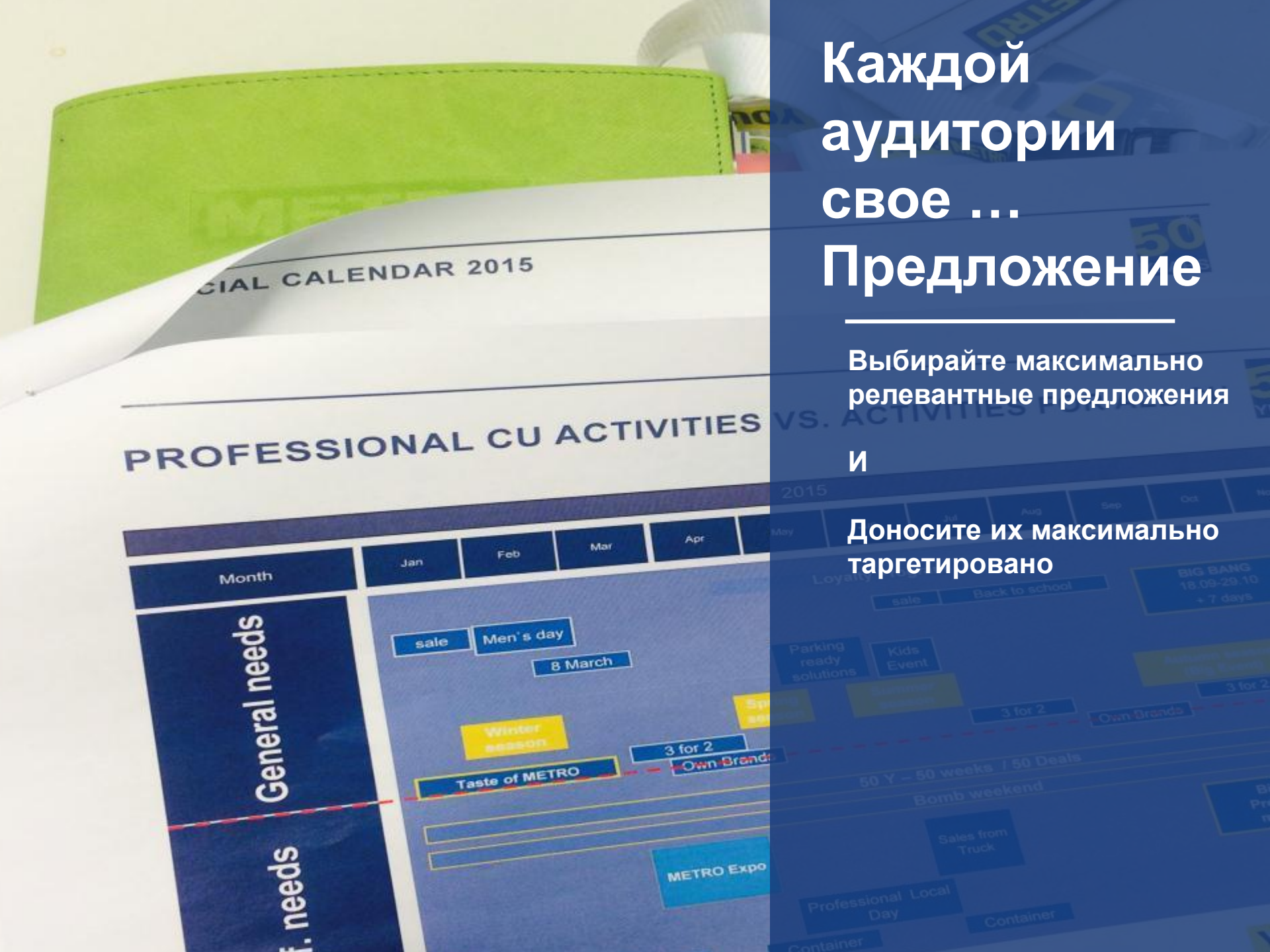
Которые будут  
доказывать и развивать  
Вашу стратегию

# Каждой аудитории свое ... Предложение

Выбирайте максимально  
релевантные предложения

и

Доносите их максимально  
таргетировано



# МЕТРО EXPO

Доказывайте не словом, а делом!

Докажите, что вы отличаетесь от других

Докажите свои преимущества и уникальность

БОРОЩЕЕ  
УСПЕШНЫМ!

МЕТРО  
EXPO 2015



# COMMUNITY STARS

---

Формируйте сообщество

Ищите клиентов фанатов!

И

Объединяйте их вокруг  
своего бренда


Выделяйте и  
поддерживайте их  
начинания!

# Ной Хау

---

Делитесь с ними знаниями  
и своим опытом и  
экспертизой.

Не бойтесь этого делать



**FOR ALL WHO  
WISH THE DAY  
HAD 48 HOURS.**

From the store to your door –  
rely on METRO delivery service  
to drop off your orders right on time.

**YOU & METRO**



## Они разные, но они вместе

---

**Адаптируйтесь под их  
нужды, в соответствии с  
их нуждами.**

**Учитывайте их  
региональную специфику  
и особенность.**







## Внедрение Стратегии

- 1/ Осознание проблемы (стратегия не пишется каждый год, и должна быть долгосрочной)
- 2/ Анализ текущей ситуации (не занимайтесь аутсорсингом ваших глаз)
- 3/ Необходимо вовлечение стратегических функций компании (need a commitment)
- 4/ Каскадирование новой стратегии (было/ стало)