



CHIEF & SHERIFF

игрушки для настоящих мужчин

ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРОЕКТА





**CHIEF &
SHERIFF**
игрушки для настоящих мужчин

Chief & Sheriff. Начало истории

Смесь терракотовой пыли и бледно-желтого песка под ногами. Редкие кусты мескаля и колючек. В награду – лишь ослепительное голубое небо. **Дикий Запад.** Подходящее место для того, чтобы закалить волю и стать *Настоящим Мужчиной* – ценить то, что есть, верить своим идеалам и не отдавать ни пяди свободы. Место, где на плоской прерии однажды сошлись и навсегда переплелись две противоположности, две судьбы, два характера – коренной житель прерии и пришлый искатель счастья, сын ветра и дитя смога. Индеец и ковбой. **Вождь и Шериф.** Они равны по силе – вечные друзья и неразлучные враги.



2



**CHIEF &
SHERIFF**

игрушки для настоящих мужчин

The Chief

Вождь. Мудрый, немногословный, скупой на смех и эмоции, настоящий воин прерии. Последний романтик Великой Индейской Страны и защитник ее идеалов. Пока жив он - жив Индейский народ. Вождь близок всем, кто хочет дышать вольным воздухом, жить в мире с природой и хотя бы иногда забывать об удушиливом влиянии Города. Их братство их увлечения и предметы, которые они выбирают, называются просто: *The Chief & Co.*



3



The Sheriff

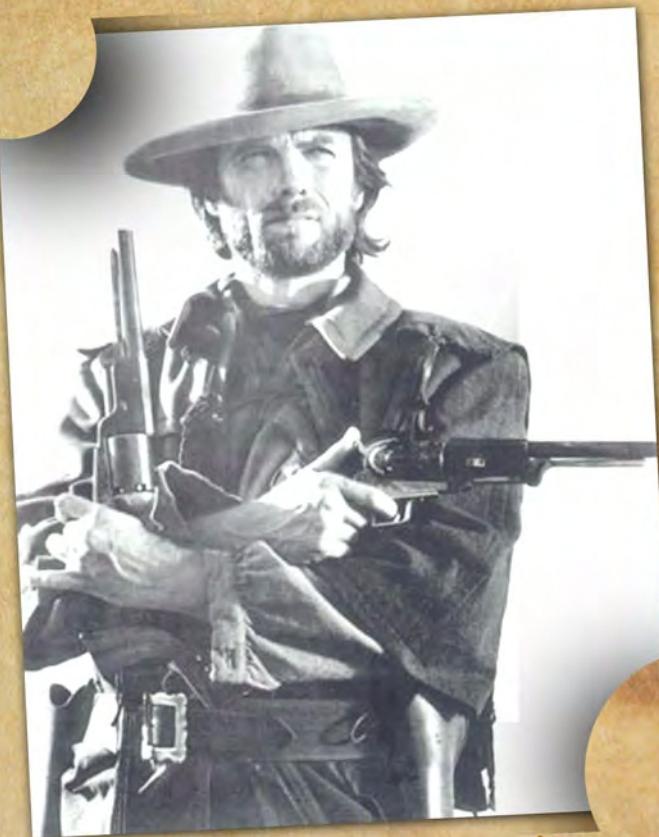
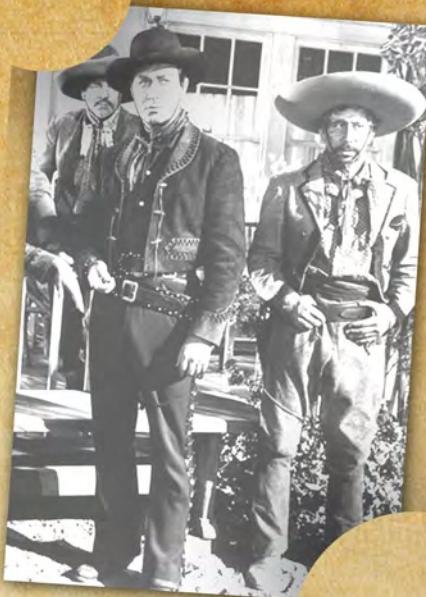
Шериф. Безнадежный авантюрист, но ревностный сторонник закона. Он не признает чужих правил, но не боится устанавливать свои порядки. Куда бы не направила поводья его рука, всюду он приносит с собой дыхание прогресса. Плоды цивилизации для Шерифа важнее, чем вольный воздух бескрайней прерии. Он может без устали открывать новые горизонты, но всегда будет связан прочной нитью с городским укладом, активно пользуясь его преимуществами. Все, кто разделяют его жиненные позиции, предпочитают держаться одной компании – *The Sheriff & Co.*





Рождение бренда

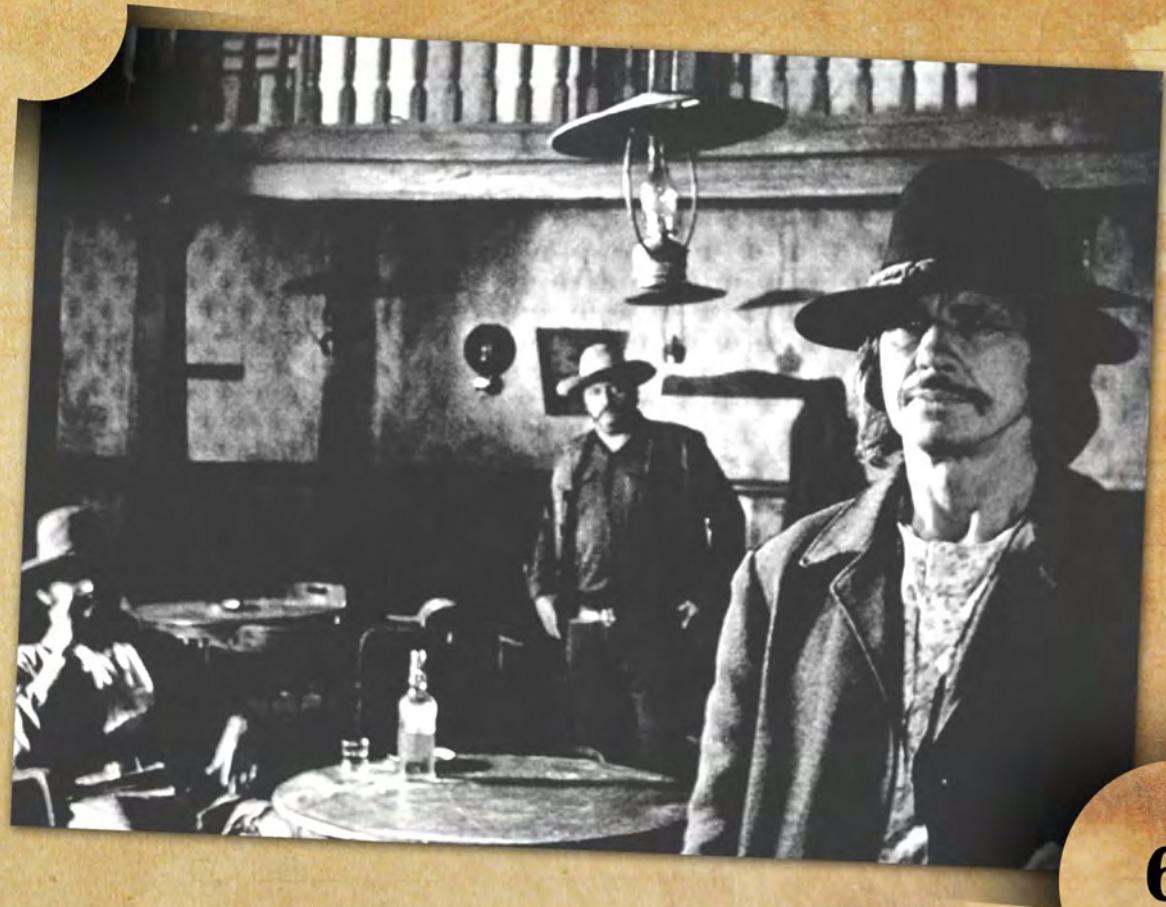
Уникальность Истории Дикого Запада в том, что его эстетика повлияла на культуру народов, живущих далеко за пределами Северной Америки. А его главные герои – извечные антиподы Вождь и Шериф – стали ролевыми моделями и образцами для подражания. Россия – не исключение. Яркие образы, атмосфера приключений и побед оставляют след в душе каждого мужчины. В нас есть нечто общее, одна прочная платформа, которая объединяет всех, старых и молодых, серьезных и ироничных, богатых и скромных. А именно: желание играть и стремление быть героем. Именно эти два стремления объединены в концепции *Chief & Sheriff: Игрушки для настоящих мужчин*.





Концепция бренда

Главное место притяжения всей жизни Дикого Запада был Городской Салун. И бар, и магазин, и клуб. *Chief & Sheriff* – современный клуб по интересам для настоящих мужчин, воплощенный в виде магазина-фактории. Деревянные шкафы, салунные створки, указатели и таблички на канатах. На стенах – хлысты и лассо, понcho и шляпы, подковы и стрелы. Сюда приходят за общением и эмоциями, новыми впечатлениями и романтической ностальгией. Каждый может не только окунуться в прекрасную волшебную стихию Дикого Запада, но и унести ее кусочек с собой.





Игрушки для настоящих мужчин

Какие они, эти игрушки? Ответ очень простой: любые, которые могут заставить почувствовать тебя *героем, покорителем, путешественником, авантюристом* – товары для туризма, авто, кемпинга, снаряжение, инструменты, оптика, свет, одежда, багаж. А кроме того, предметы, которые использовались раньше или могут использоваться ныне в Великой Прерии и которые передают ее неповторимый аромат – шляпы, пончо, музыкальные инструменты, серебряные украшения, мех, детали интерьера, азартные игры, сувениры, кожаные изделия. Самое важное их свойство в том, что все они являются частью Игры и одновременно ее декорациями, давая пищу для мужского воображения и *позитивных эмоций*.





Аксессуары для табака – трубки, кисеты, портсигары, зажигалки



Музыкальные инструменты – губные гармошки, тростниковые флейты, бубны, марacasы



Текстиль и трикотаж – футболки, шляпы фетровые, пончо и накидки, шейные и лицевые платки, пледы



Кожа – брюки, ремни, шляпы, перчатки, сапоги, куртки



Сувениры и аксессуары – шпоры, подковы, хлысты, лассо, значки шерифа, монисто, фигурки-солдатики ковбоев и индейцев, модели паровозов



Украшения – серебро, кость, дерево, латунь, медь



Мех – шапки северные, жилеты, унты, хвосты для шляп



Интерьер – рога, рамки для фото Wanted, деревянные и веревочные панно

Товарные категории.

II. Утилитарные и функциональные



Инструменты – ножи, топоры, наборы, мультитулы



Авто – наклейки, накидки, шильдики, оплетки, органайзеры, наборы ключей



Оптика и свет – фонари кемпинг, налобные, ручные, бинокли, монокли, подзорные трубы



Посуда и тара – кружки, фляги, термосы, наборы посуды, котелки, приборы



Барбекю и гриль – мангалы, шампуры, решетки, фартуки



Игры – покерные наборы, мини-roulette, дартсы, алкоигры и наборы



Текстиль – футболки с фирменными принтами

Товарные категории.
III. Оригинальные и индивидуальные



Стекло – рюмки, шоты, графины, наборы стекла

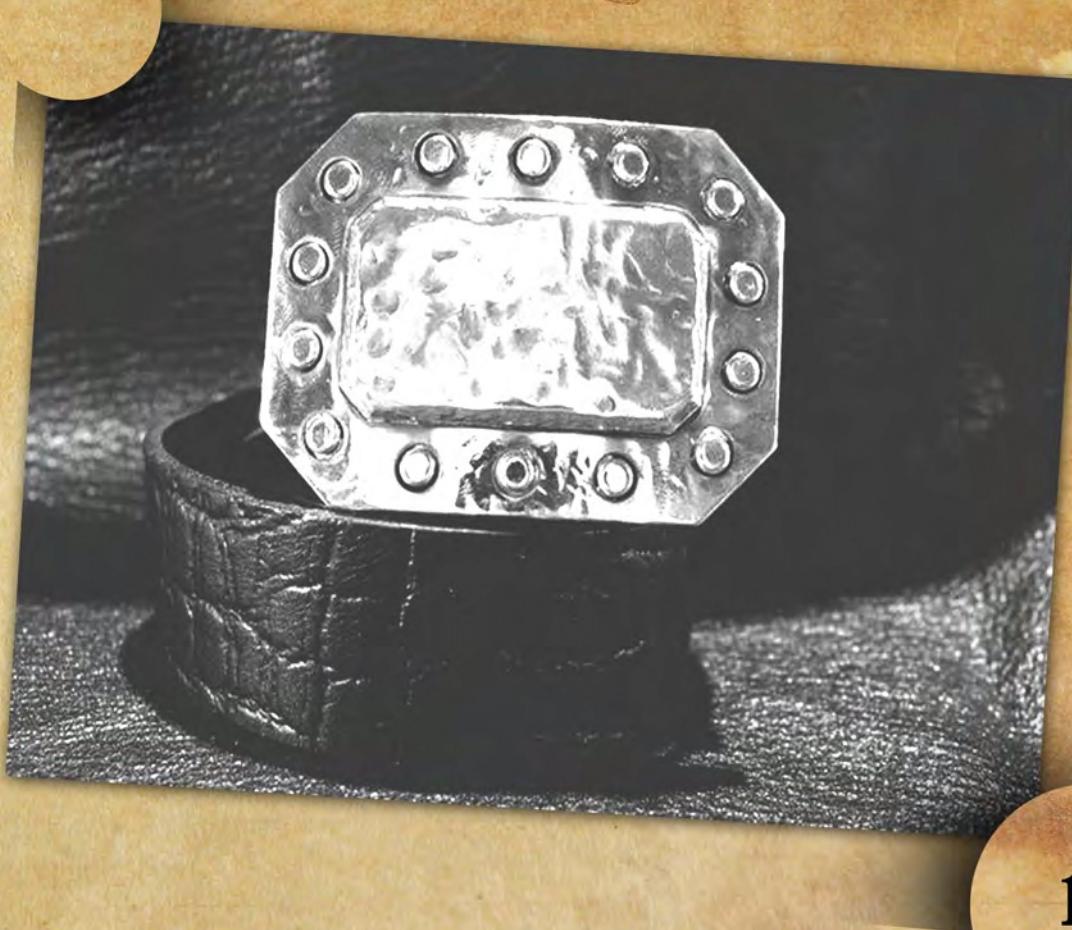


Текстиль – футболки с индейскими и ковбойскими принтами



Наполнение бренда. Ценовая политика и поставщики

Ничто так не ценилось во времена Великой Прерии, как **надежность** – и в людях, и в товарах. Ведь от них часто зависела жизнь. Поэтому качество товаров должно говорить само за себя, а марки поставщиков – внушать уважение. Это и есть главный принцип отбора ассортимента. Само собой понятно, что пытаться выгадать экономию в покупке таких важных товаров – значит не ценить свою жизнь и безопасность. Хороший товар имеет хорошую цену, но радость от обладания им несравненно выше денег. Поэтому **цена не может опускаться ниже среднепремиального порога, а товар – ниже определенной планки качества и бренда.**





Целевая аудитория и мотивы покупки

Мужчины, юноши, подростки и дети с родителями. Ядро – самостоятельные образованные люди, живущие в городе и имеющие стабильный доход, с возрастом от 25 до 60 лет. Все они – романтики, и хотят разнообразить свою жизнь, досуг, быт. Другие сегменты аудитории, стимулирующие покупки – несовершеннолетние, а также женщины: жены, матери, подруги, дочери и сестры, ищащие подарок для мужчины.





Позиционирование на рынке и конкуренты

Бренд позиционируется как формат магазинов (в перспективе – сети с франчайзинговым потенциалом) – **мультибрендовых бутиков**, предлагающих ассортимент товаров для мужских хобби с высокой добавленной нематериальной стоимостью. Рост и развитие сети осуществляется путем открытия магазинов в крупных торговых центрах городов-миллионников. **Прямой конкуренции нет**, однако в различных элементах бизнес-идеи Chief & Sheriff с ним могут частично конкурировать:

- Спортмастер, Адреналин.ру –

в области снаряжения и инструментов;

- Солдат Удачи – в области оптики и ножей;
- Экспедиция – в области сувениров и нематериальной, эмоциональной составляющей бренда.

Стоит отметить, что в каждой из этих ниш по отдельности формат Chief & Sheriff превосходит конкурентов. «Экспедицию» - в качестве товаров, «Солдат Удачи» - в разнообразии категорий, всех остальных – в яркой имиджевой окраске бренда, его интеллектуального и эмоционального наполнения.





**CHIEF &
SHERIFF**

игрушки для настоящих мужчин

Фирменный стиль. Полиграфия





Фирменный стиль. Торговая навигация ®



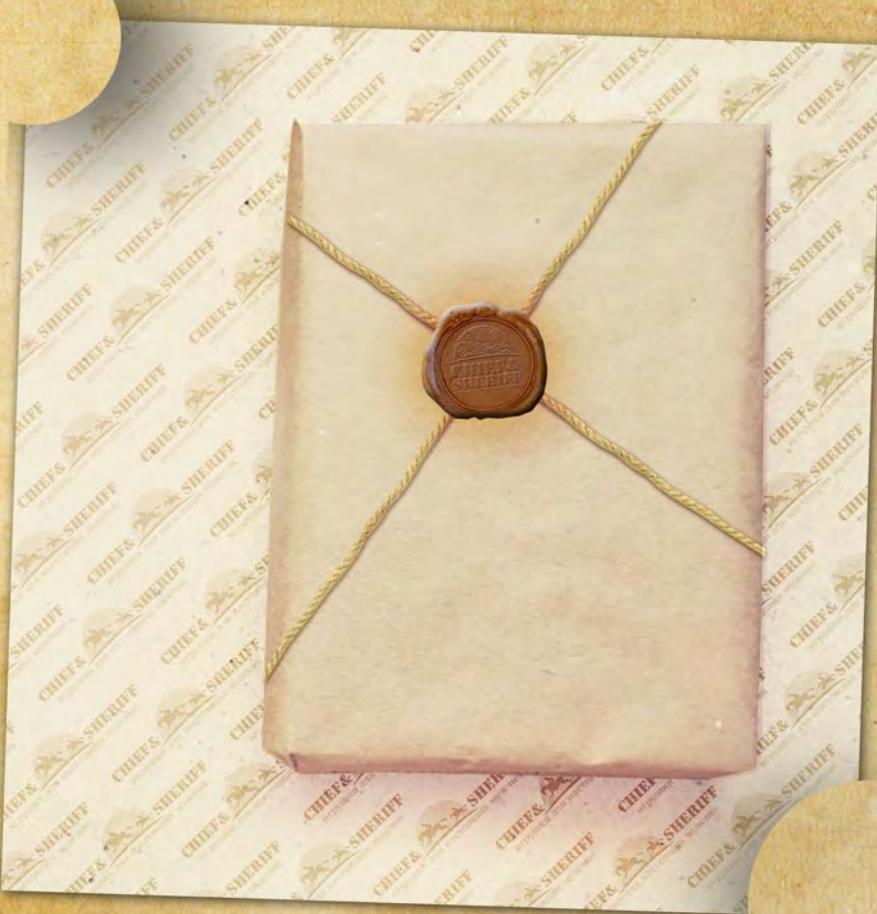


Фирменный стиль. Сувенирная продукция



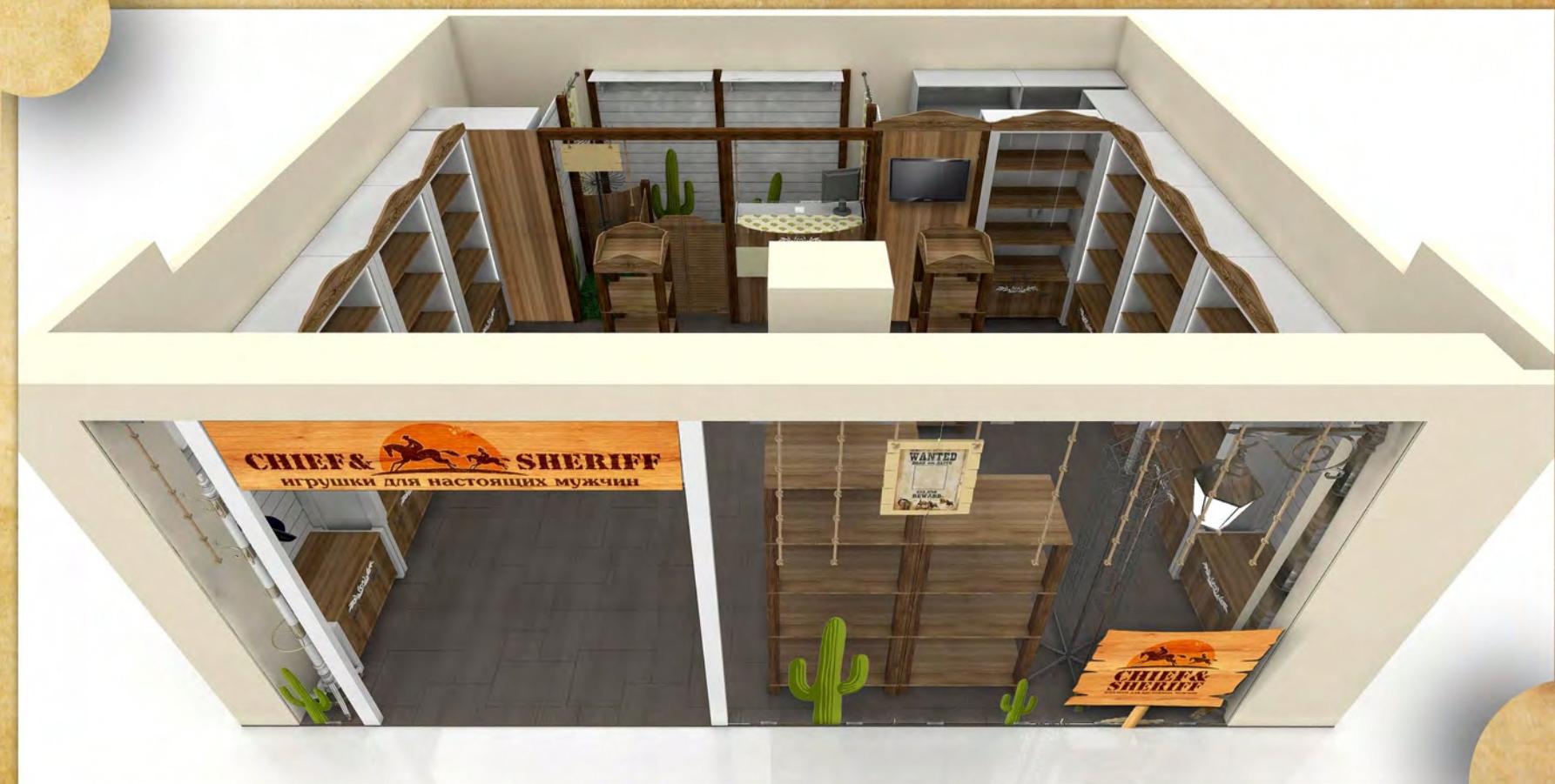


Фирменный стиль. Упаковка





Формат, внешний вид и интерьер магазинов





Формат, внешний вид и интерьер магазинов



19



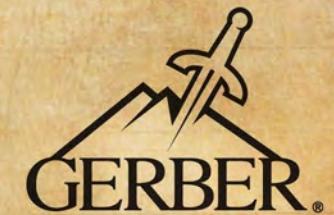
Формат, внешний вид и интерьер магазинов



20



Товарные бренды в ассортименте сети



VICTORINOX



21



По вопросам сотрудничества:

Митроценков Дмитрий Алексеевич

sheriff@chiefandsheriff.ru