



KAZAKHSTANIKA

Национальное Брендинговое Агентство

КАЗАХСТАНИКА

kazakhstanika.kz



B R A N D I N G

НАЦИОНАЛЬНОЕ БРЕНДИНГОВОЕ АГЕНТСТВО «КАЗАХСТАНИКА»



KAZAKHSTANIKA
NATIONAL BRANDING AGENCY

Ведущее казахстанское агентство с более чем 24-летним стажем успешной работы с крупнейшими казахстанскими и международными брендами в различных отраслях экономики.

Мы являемся разработчиками таких брендов, как: АОО «Назарбаев Университет», АОО «Назарбаев Интеллектуальные Школы», АО «НУХ «Байтерек», НАО «Казахстанский фонд гарантирования ипотечных кредитов», Qazaqstan Investment Corporation, Otan Private Bank, Talap, АО «КазахЭкспорт», и многих других.

Штат постоянных сотрудников включает профессиональных маркетологов, книгоиздателей, художников, иллюстраторов, 3D-визуализаторов, в команде есть член Ассоциации союза художников Казахстана – все это обеспечивает профессиональный, прогрессивный подход и позволяет нам эффективно решать задачи любой сложности, в том числе с помощью собственного ноу-хау в разработке брендов.



НАШИ ДЕЛОВЫЕ ПРИНЦИПЫ

Надежность, открытость и компетентность. Мы не случайно в этом бизнесе. Нам нравится этим заниматься.



КОМПЕТЕНЦИИ

Государственный, сырьевой, финансовый и индустриальный сектора экономики.

Профессиональный и ответственный подход позволяет нам эффективно решать задачи любой сложности, достигая синергетического эффекта в области брендинга, международных СМИ, PR и GR-коммуникаций, а также реализации проектов в рекламной сфере деятельности.

Мы ценим доверие наших Клиентов. Мы уважаем их индивидуальность и предлагаем им только уникальные эффективные решения.

> 24 ЛЕТ ОПЫТА

> 45 СОТРУДНИКОВ



КОМАНДА

Национальное Брендинговое Агентство КАЗАХСТАНИКА — это команда высококвалифицированных специалистов, имеющая более чем двадцатитрехлетний опыт работы на рынке Казахстана. На сегодняшний день в офисах городов Астана и Алматы трудятся более сорока человек.

С момента заключения договора в работу над проектом включается штат специалистов, обладающих профессиональной квалификацией.



МИССИЯ

Создание образа казахстанской компании как надежного бизнес-партнера, повышение стоимости нематериальных активов.



ЦЕЛЬ

Создание бренда компании, понятного и уважаемого вашими клиентами.



ВИДЕНИЕ

Мы создаем успешный бренд вашей компании с четко выстроенной платформой, эффективной маркетинговой стратегией и полным комплексом инструментов продвижения и PR-материалов, используя print-, web- и video-production.

НАШИ БРЕНДЫ





Наше агентство получило награду «Выбор страны 2023» в номинации

«Лучшее брендинговое агентство года»



KAZAKHSTANIKA
NATIONAL BRANDING AGENCY



Аналитический центр «Выбор Страны» – общенациональный проект, созданный для исследования рынка с целью определения качественных товаров и услуг, чтобы популяризировать среди потребителей лучшие бренды.

Рейтинг «Выбор Страны» – понятный и открытый. Каждый номинант получает подробный аналитический отчет с оценкой качества товаров/услуг и сервиса, а также сравнительный конкурентный анализ. И может самостоятельно проверить результаты по специальной формуле.

Авторская технология включает оценку основных показателей качества, на которые обращают внимания казахстанцы при выборе товаров и услуг.

Очень приятно получать анализ с оценкой на «5» и побеждать в номинации!

БРЕНДИНГ

Наше агентство имеет большой опыт в реализации проектов по построению бренда с нуля или ребрендингу, коррекции элементов бренда для специфичного казахстанского рынка.

Мы точно знаем, с чего нужно начинать в подобных проектах.

Это подтверждается нашим портфолио и, в частности, такими крупными проектами, как создание бренда для **Назарбаев Университет, Назарбаев Интеллектуальные Школы, Национального управляющего холдинга «Байтерек».**

Объединяет эти три проекта этапность согласований и утверждения. Сначала это — уровень первого руководителя, потом — уровень Премьер-министра РК и уже после — презентация и отработка на уровне Главы государства.

Подготовка проектов к разного уровня презентациям позволила защитить представленную «железобетонную» платформу бренда, что дало великолепные результаты, в том числе по времени.



/ kazakhstanika.kz /

НЕЙМИНГ

Процесс придумывания названия (нейминг) для компании, продукта или услуги происходит от английского слова name – имя.

Причем без участия владельца бизнеса или его уполномоченного представителя процесс этот не представляется возможным. Ведь цель нейминга – создать имя, которое отражает суть компании, то, что будет передавать основные ключевые постулаты качества, заложенные собственником бизнеса при его создании.

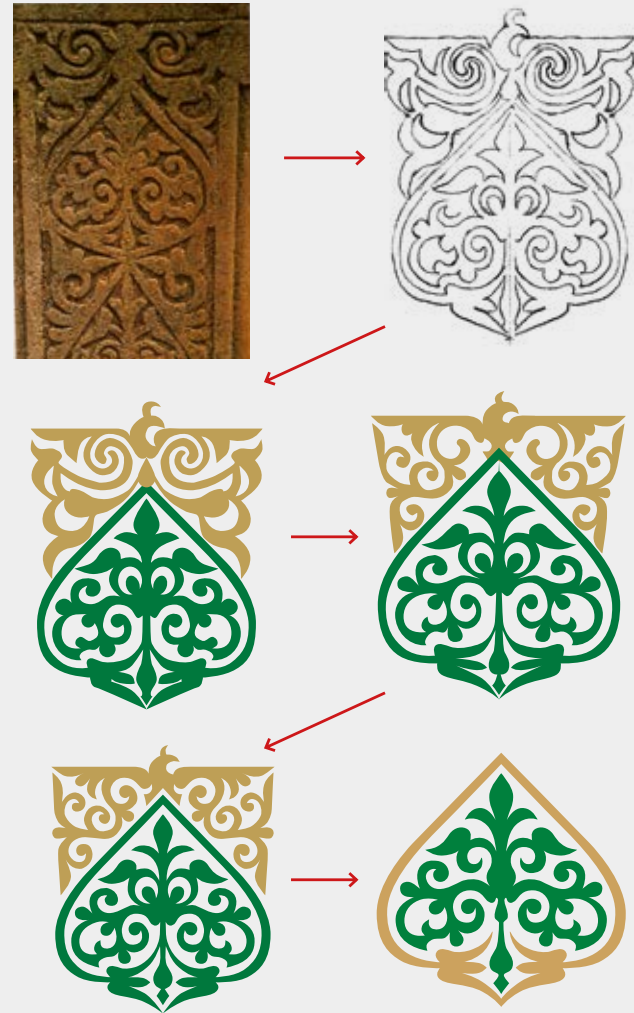
Немаловажными факторами при выборе нового имени бренда являются сфера деятельности, коммуникации, география распространения, целевая аудитория, принципы ведения бизнеса, ассортимент услуг/продуктов. Кроме этого, новое имя должно стать узнаваемым и дистанцироваться на рынке от конкурентов.

Идеальным позиционированием будет создание уникального сектора на рынке.

Итак, по порядку. Согласно поставленной задаче и результатам формулирования платформы бренда, предложенные варианты на втором этапе нейминга пройдут анализ: фонетический (каз., рус., англ.); исключающий; рыночной ситуации и партнеров; позиционирования выводимого бренда и его основного продукта; анализ (при наличии результатов ранее проведенных исследований) потенциальных потребителей; мотивационный и т. д.

Результаты в виде презентации с пояснительными записками будут представлены на рассмотрение Акционеру. В абсолютно всех случаях мы всегда смотрим на стратегию и цели заказчика, что позволяет строить бренды, которые переживают десятилетия.

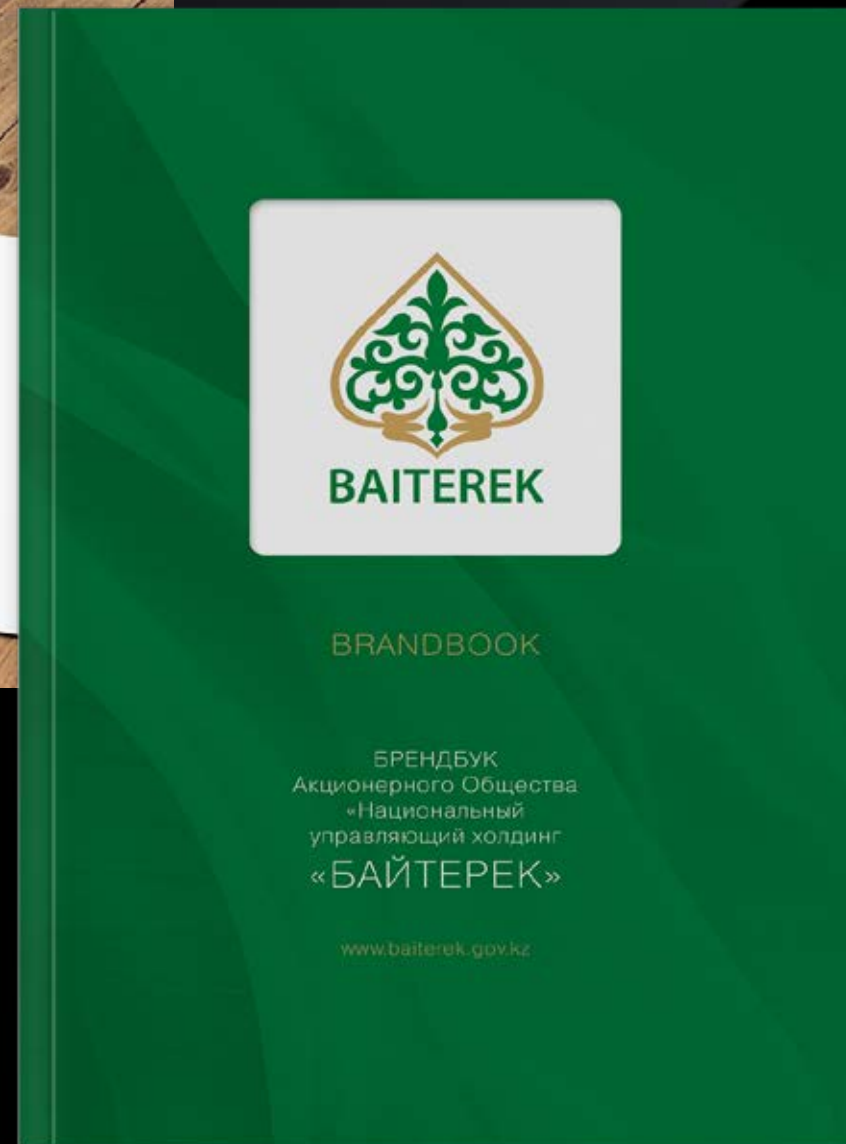




**АО «Национальный
управляющий холдинг
«Байтерек»**

Выбран графический символ логотипа компании, выполненный в геральдическом стиле. Геральдический стиль представляет собой орнаментальную композицию изображения мирового дерева, за основу которого взято декоративное оформление исторических художественных памятников Западного Казахстана. Кулпытас – символ мирового дерева.

/ www.baiterek.gov.kz /



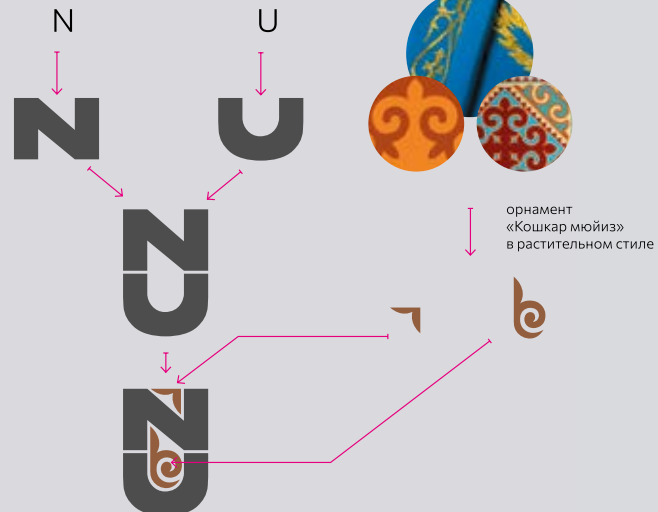
BRANDBOOK

АО «Национальный
управляющий холдинг
«Байтерек»



NAZARBAYEV
UNIVERSITY

NAZARBAYEV UNIVERSITY



NAZARBAYEV
UNIVERSITY

Назарбаев Университет

Логотип бренда Nazarbayev University базируется на двух столпах: имени Первого Президента Республики Казахстан Нурсултана Абишевича Назарбаева и национальной орнаментики, используемого в государственной символике, выполненной в растительном стиле.

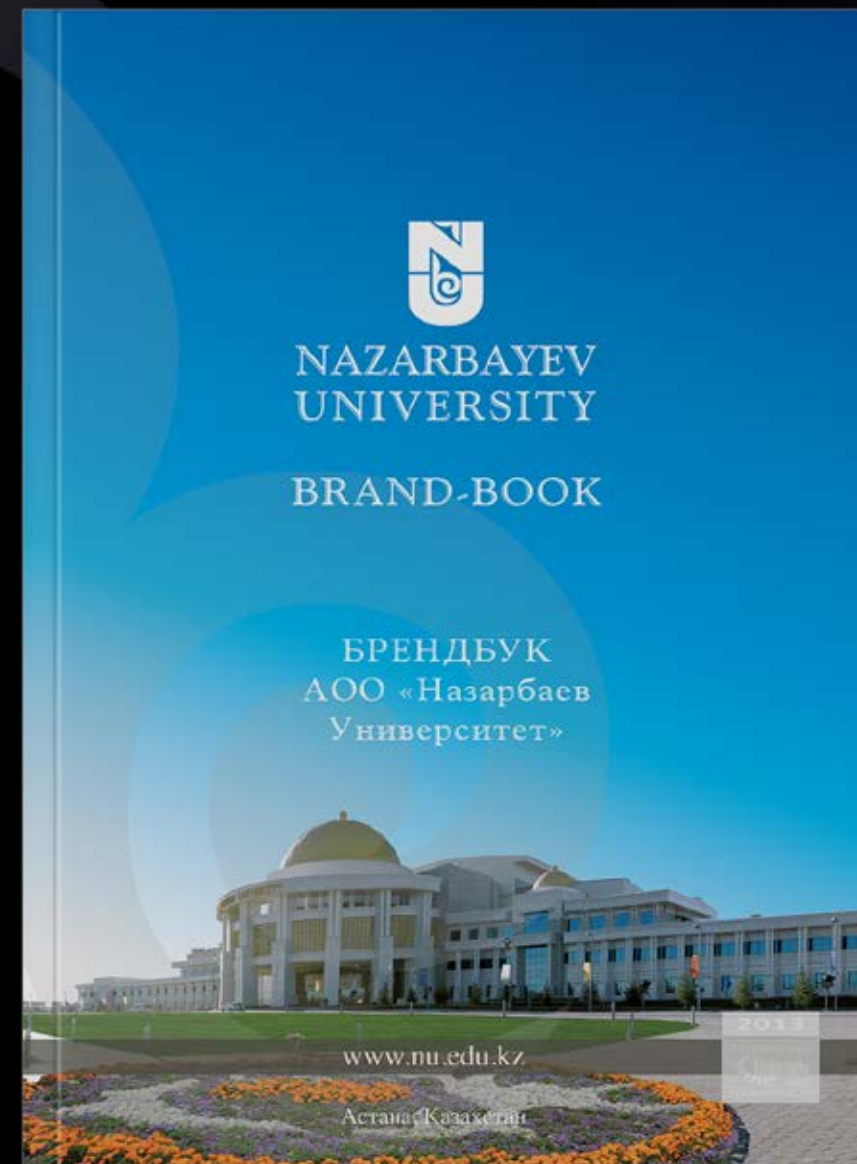
[/ www.nu.edu.kz /](http://www.nu.edu.kz)



Третье издание, 1 158 стр

BRANDBOOK

Назарбаев Университет



Первое издание, 80 стр



ТҰРҒЫН ҮЙ
ҚҰРЫЛЫСЫНА
КЕПІЛДІК БЕРУ ҚОРЫ

Логотип Фонда до ребрендинга в 2016 году



КАЗАХСТАНСКИЙ ФОНД ГАРАНТИРОВАНИЯ ИПОТЕЧНЫХ КРЕДИТОВ



Логотип Фонда после ребрендинга 10 октября 2016 года



ТҰРҒЫН ҮЙ
ҚҰРЫЛЫСЫНА
КЕПІЛДІК БЕРУ
ҚОРЫ



ТҰРҒЫН ҮЙ
ҚҰРЫЛЫСЫНА
КЕПІЛДІК БЕРУ ҚОРЫ

РЕБРЕНДИНГ

АО «Фонд гарантирования жилищного строительства»

Миссия Фонда – поддержка устойчивого развития жилищного строительства в целях обеспечения жильем населения страны.

Исходя из Миссии было определено три ключевых образа, формирующих философское содержание графических элементов, составляющих общую геральдическую композицию фирменного знака (логотипа).

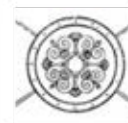
тұрғын үй



құрылыс



кепілдік беру қоры



/ www.hgf.kz /



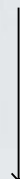
Брендбук АО «Фонд гарантирования жилищного строительства» разработан для корректного использования элементов бренда Фонда.

В брошюре представлены основные константы бренда и руководство по фирменному стилю.

BRANDBOOK

KDIF

Логотип Фонда использовался с 2000 по май 2016 года.



Логотип Фонда после ребрендинга с 1 июня 2016 года

KDIF ҚАЗАҚСТАННЫҢ ДЕПОЗИТТЕРГЕ
КЕПІЛДІК БЕРУ ҚОРЫ
КАЗАХСТАНСКИЙ ФОНД
ГАРАНТИРОВАНИЯ ДЕПОЗИТОВ

KDIF

ҚАЗАҚСТАННЫҢ ДЕПОЗИТТЕРГЕ
КЕПІЛДІК БЕРУ ҚОРЫ

КАЗАХСТАНСКИЙ ФОНД
ГАРАНТИРОВАНИЯ ДЕПОЗИТОВ



АО «Казакстанский фонд
гарантирования депозитов»

Ребрендинг АО «Казакстанский фонд
гарантирования депозитов» – выбор
более минималистичного и современного
решения – логотип с аббревиатурой фонда.

/ www.kdif.kz /







BRANDBOOK

АО «Казахстанский фонд
гарантирования депозитов»





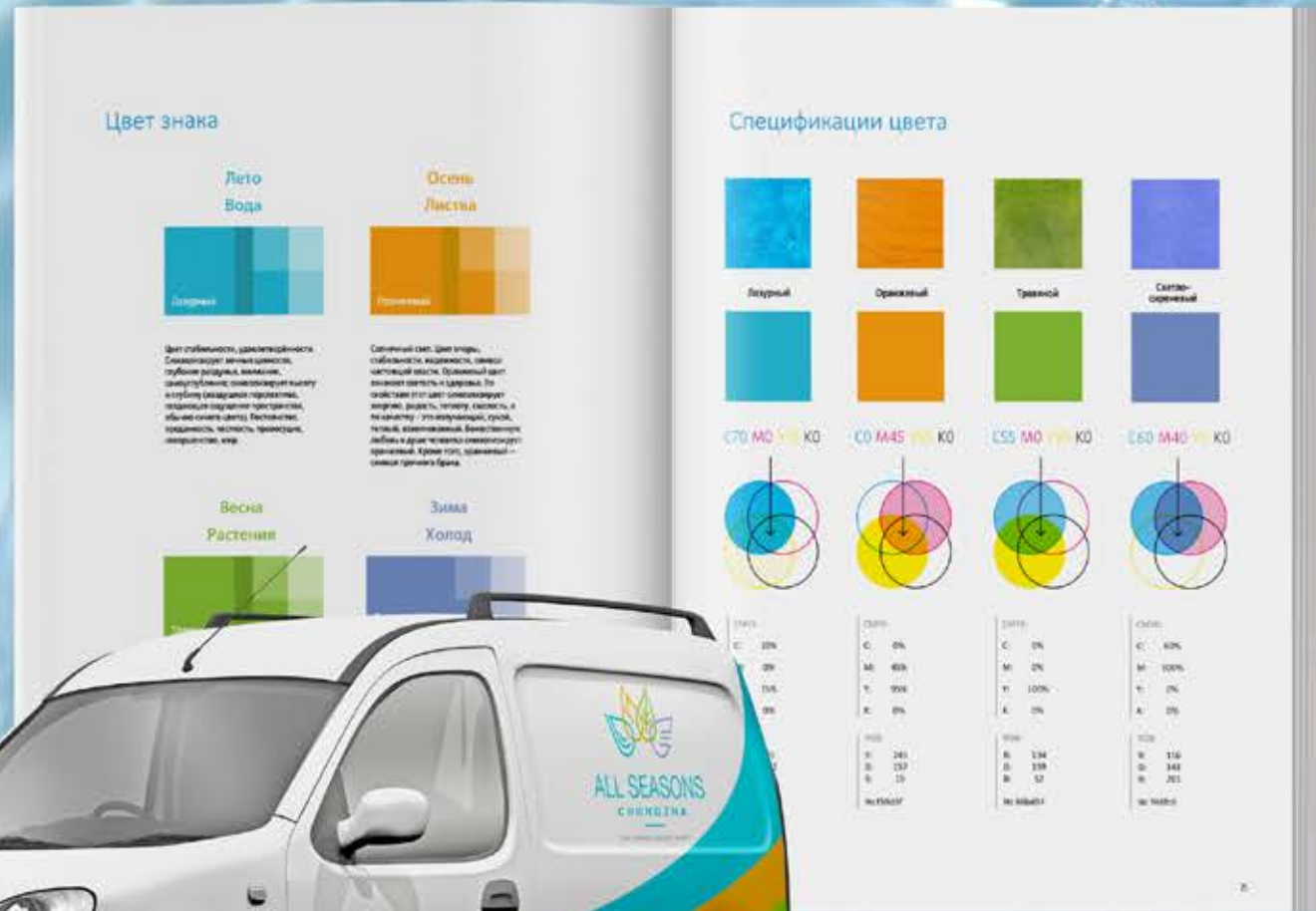
-  Зима
-  Весна
-  Лето
-  Осень



Премиальный круглогодичный комплекс SPA-процедур

В основе названия премиального круглогодичного комплекса SPA-процедур заложено словосочетание – All Seasons (англ. – «все сезоны»).

Графический знак решен в виде четырех (времена года, сезоны) стилизованных капель, символизирующих воду, горы (туризм), экологию (лист), сервис (крыло) – объединенных в композицию в виде короны, переплетенную по принципу гирихового (восточного) орнамента.

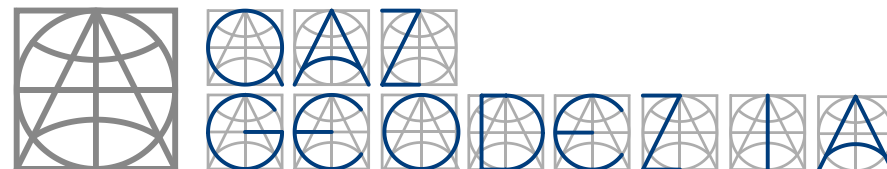


Премиальный круглогодичный комплекс SPA-процедур All Seasons



QAZGEODEZIA

РГП «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ГЕОДЕЗИИ И ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ»



 QAZ
GEODEZIA
РГП «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ГЕОДЕЗИИ И ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ»

БРЕНДИНГ

РГП «Национальный центр геодезии и пространственной информации»

Знак «QazGeodezia» – графический элемент, символизирующий единство фундаментальных и современных знаний картографии и геодезии. В знаке объединены 3 элемента: изображение Витрувианского человека Леонардо да Винчи, символ планеты Земля и координатная топографическая сетка. Знак выполнен в виде базисной пиктограммы, составленной из линейных элементов, вписанных в квадрат.

Для написания названия был разработан символный шрифт, построенный на основе базисной пиктограммы.



BRANDBOOK

QazGeodezia





Частная компания
OTAN PRIVATE BANK LIMITED

*Логотип Частной компании
Otan PrivateBank Limited разработан
в национальном стиле. Форма знака была
вдохновлена ханским перстнем печатью.*

www.otanbank.kz

БРЕНДИНГ

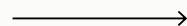


BRANDBOOK

OTAN PRIVATE BANK LIMITED



Версия логотипа с 1994 по август 2019 года



Версия логотипа с сентября 2019 года

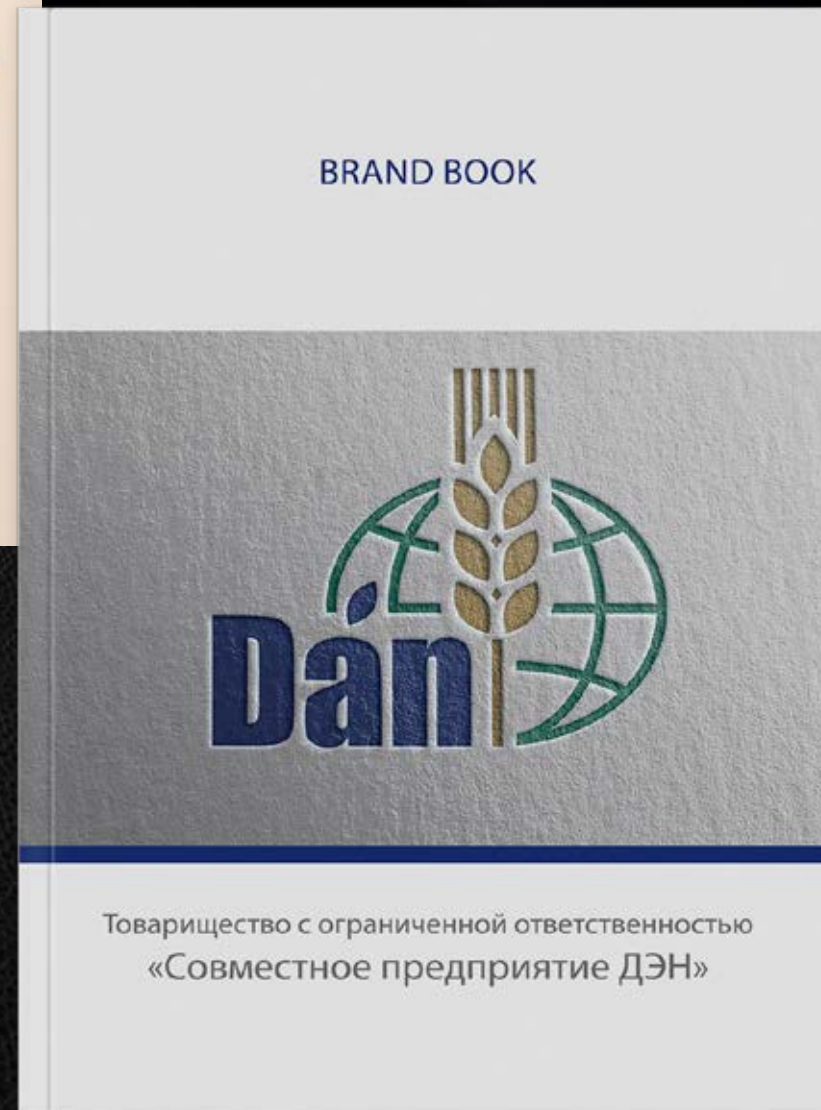


ТОО «Совместное предприятие «ДЭН»

Философия бренда связана с созданием одного из первых совместных предприятий в Казахстане с целью способствовать развитию агропромышленного комплекса Казахстана, транслируя мировой опыт одного из соучредителей товарищества, всемирно известной компании Cargill, штаб-квартира которой находится в городе Миннеаполисе штата Миннесота (США).

В основу идеи графического знака бренда были взяты символы – земной шар, колос, которые транслируют целевой аудитории идеи Глобальности и Основного продукта компании, а также графический элемент бренда Cargill – листок.

В основу названия компании было взято слово на казахском языке – дэн (зерно). Латинское начертание – Dán.



BRANDBOOK

ТОО «Совместное
предприятие «ДЭН»



PARASAT
SOLUTIONS

TOO «Parasat Solutions»

Философия бренда связана с формированием образа ведущей торговой компании, имеющей высокопрофессиональных специалистов, оказывающих высококачественный консалтинг в области цепочек поставок, не уступающий зарубежным аналогам. При этом для подчеркивания принадлежности TOO «Parasat Solutions» к местной культуре логотип дополнен легкоузнаваемым национальным узором в растительном стиле. Национальный орнамент обрамлен жесткими рамками, символизирующими квадрат и четкие границы. Такой образ позволяет донести до общественности серьезные позиции компании на рынке, стабильность, устойчивость и надежность.

www.parasat-holding.kz

БРЕНДИНГ



BRANDBOOK

TOO «Parasat Solutions»



AsiaAlliance
MANAGING COMPANY



5 направлений:

- Газ
- Логистика
- Строительство
- IT
- Финансы



Символизм цветов:

- Казахстан
- Мир
- Энергия
- Инновации
- Деньги



Всего в логотипе сформировано 20 элементов из пяти треугольников.



Пять базовых цветов логотипа:



Формируют спектр из 15 цветов, за счет наложения пяти треугольников:



СИНЕРГИЯ



ТОО «AsiaAlliance»

Уникальный графический знак построен на ассоциации с управлением и с учетом различных сфер деятельности: газ, логистика, строительство, IT, финансы.

В качестве символа графического знака выбрана стрела – это достижение цели, направленное движение, целеустремленность, динамика. Стрела направлена вправо, что также символизирует движение вперед в большинстве стран мира (слева направо).

BRANDBOOK

TOO «AsiaAlliance»



БРЕНДБУК

Товарищества с ограниченной
ответственностью
AsiaAlliance

Национальное Брендинговое Агентство «Малекстим»
www.kazakhstanika.kz

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

1

1. ФОРМУЛИРОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА

– константы, влияющие на характеристики бренда.

Такой документ позволит иметь четкую постановку задачи и описание конечного результата, что исключает подход по принципу «нравится – не нравится», а используется принцип «работает – не работает» на миссию компании.

По желанию Заказчика данный вид работ можно оформить в отдельный документ и/или представить его части в составе брендбука.

2

2. РАЗРАБОТКА ИМЕНИ БРЕНДА (НЕЙМИНГ)

Согласно поставленной задаче и результатам формулирования платформы бренда, предложенные варианты на втором этапе нейминга пройдут анализ: фонетический (каз., рус., англ.); исключающий; рыночной ситуации и партнеров; позиционирования выводимого бренда и его основного продукта; анализ (при наличии результатов ранее проведенных исследований) потенциальных потребителей; мотивационный и т. д.

Результаты в виде презентации с пояснительными записками будут представлены на решение Акционеру. В абсолютно всех случаях мы всегда смотрим на стратегию и цели заказчика, что позволяет строить бренды, которые переживают десятилетия.

3

3. РАЗРАБОТКА ФИРМЕННОГО ЗНАКА (ЛОГОТИПА)

Согласно поставленной задаче и результатам формулирования платформы бренда и утвержденных вариантов названия, на этом этапе ведется разработка логотипа, его графического и текстового знаков с учетом проведенного анализа, констант платформы бренда. Работа будет выполнена в формате защиты проекта с сопутствующими последовательными брошюрами-презентациями с пояснительными записками и рабочими тетрадями для всех членов рабочей группы. В ключевых точках будут подготовлены генеральные презентации на решение Акционеру.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

4

4. РАЗРАБОТКА БРЕНДБУКА

Содержание брошюры брендбука будет составлено согласно потребностям Заказчика и константам, диктуемым рынком услуг. В итоге будут переданы все составляющие в высоком разрешении и наиболее популярных форматах файлов.

5

5. РАЗРАБОТКА ИНСТРУМЕНТОВ ПРОДВИЖЕНИЯ

На этом этапе определяются коммуникации бренда, разрабатываются и производятся имиджевые и раздаточные материалы компании с учетом самого необходимого на первом этапе жизни бренда. Предлагаемые имиджевые и раздаточные материалы:

5.1. POS-МАТЕРИАЛЫ

- Буклет о компании, имиджевый
- Брошюра о компании, раздаточная (лифлет)
- Папка бумажная с одним карманом
- Пакет бумажный, А4+
- Визитки для сотрудников
- Авторучка с нанесением
- Ежедневник

5.2. ИМИДЖЕВЫЙ ВЕБ-САЙТ

5.3. ИМИДЖЕВЫЙ ВИДЕОРОЛИК (ТВ)

5.4. БАННЕРЫ ДЛЯ НАРУЖНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

5.4. ВЫСТАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

- Пресс-стена
- Roll-up



АЛМАТЫ

Центральный офис НБА «Казакхстаника»

А15Т7М9, г. Алматы, ул. Едила Ергожина, 9,
(бывшая Ходжанова, 76), блок 2, кв. 108

Т.: +7 (747) 997 99 74

Е.: info@kazakhstanika.kz



АСТАНА

Представительство НБА «Казакхстаника»

г. Астана, район «Есиль», пр. Кабанбай батыра, 2/2,
оф. 205, БЦ «Держава»

Т.: +7 (7172) 251-981

