

Национальное Брендинговое Агентство
КАЗАХСТАНИКА



KAZAKHSTANIKA



BRANDING

kazakhstanika.kz

«Казакхстаника» - это ведущее казахстанское агентство с более чем 25-летним стажем успешной работы с крупнейшими казахстанскими и международными брендами в различных отраслях экономики.

Мы являемся разработчиками таких брендов, как:

«Назарбаев Университет», «НУХ «Байтерек», «Темирсервис Астана», TALAP, НАО «Казахстанский фонд гарантирования ипотечных кредитов», «КазахЭкспорт», «Astana Railways» 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 секторы 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.

> **25** ЛЕТ
ОПЫТА

> **50** СОТРУДНИКОВ

КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К РЕБРЕНДИНГУ

Создаем сильные бренды, опираясь на комплексный подход, который охватывает все этапы ребрендинга:

- **Маркетинговый анализ** – изучаем рынок, конкурентов и целевую аудиторию для точного позиционирования.
- **Нейминг** – разрабатываем уникальное и запоминающееся название, отражающее ценности бренда.
- **Логотип и фирменный стиль** – создаем визуальную айдентику, которая выделяет ваш бренд.
- **Брендбук** – формируем единые стандарты бренда для его целостного восприятия.
- **Инструменты продвижения** – разрабатываем видео, сайты, рекламные стратегии и другие маркетинговые материалы.

Субсидирование до 60%

Благодаря нашим возможностям по привлечению финансирования, клиенты могут получить субсидирование до 60% от стоимости наших услуг, что делает ребрендинг еще более доступным и эффективным.

скидка
60%





КОМАНДА

Национальное Брендинговое Агентство «КАЗАХСТАНИКА» – это команда высококвалифицированных специалистов, имеющая более чем двадцатипятилетний опыт работы на рынке Казахстана. На сегодня в офисах городов Астана и Алматы трудятся более пятидесяти 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





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 внимание казахстанцы при выборе товаров и услуг.

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



Наше агентство получило награду «Выбор страны 2023» в номинации

«Лучшее брендинговое агентство года»

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 Университета, Назарбаев Интеллектуальных Школ, 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.



БРЕНДИНГ

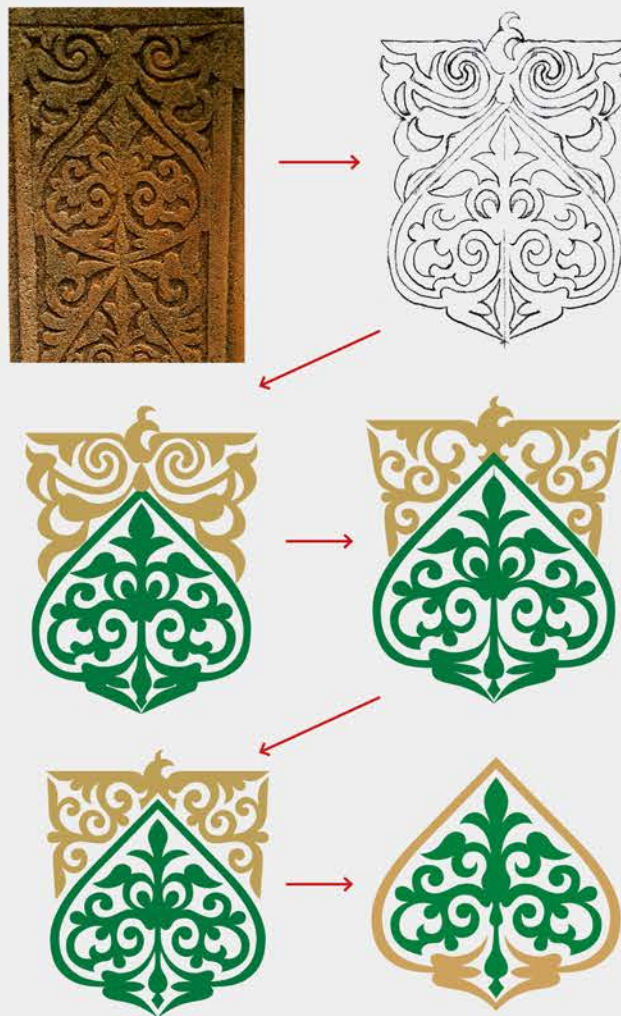
Процесс придумывания названия (нейминг) для компании, продукта или услуги происходит от английского слова name – «имя».

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.



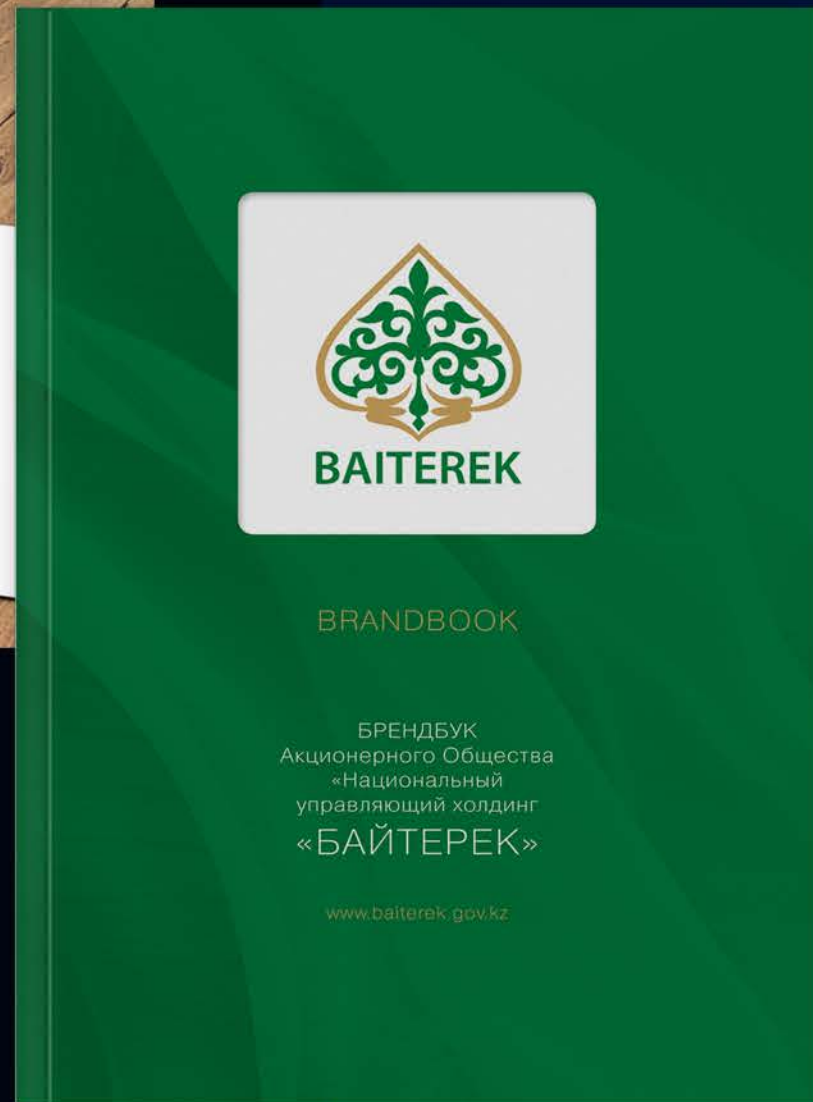


BAITEREK

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

Выбран графический символ логотипа компании, выполненный в геральдическом стиле. Этот 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 /



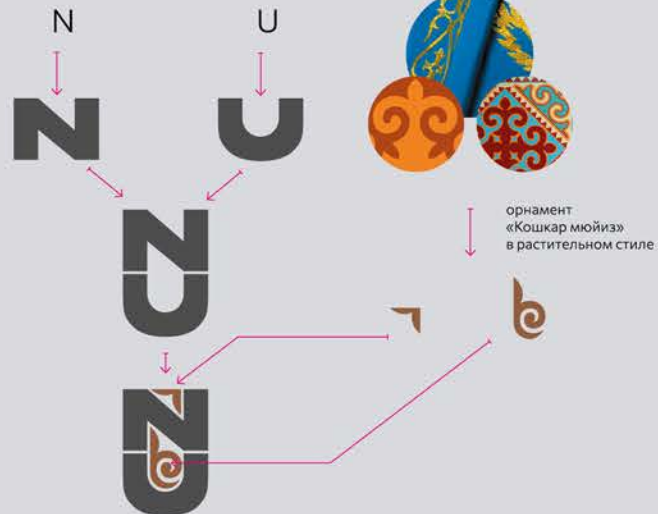
BRANDBOOK

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, используемой в государственной символике, выполненной в растительном стиле.

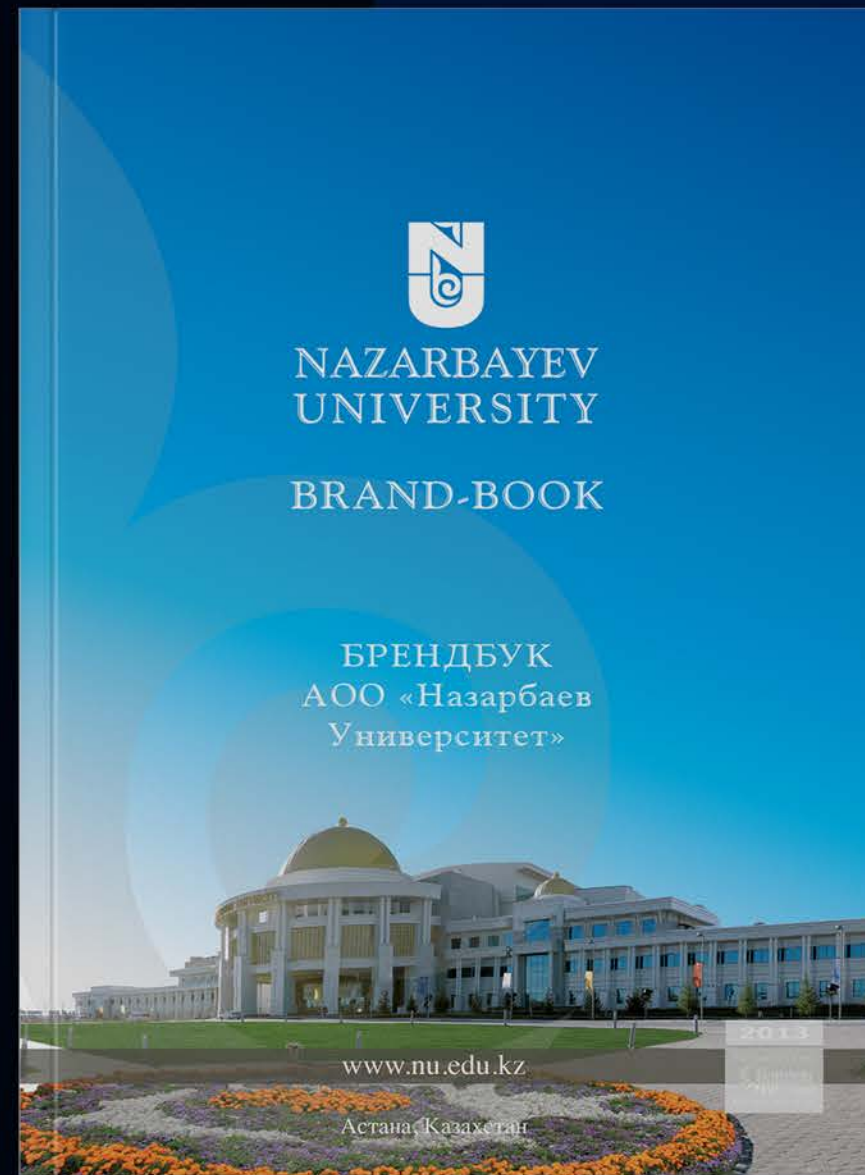
[/ www.nu.edu.kz /](http://www.nu.edu.kz)



Третье издание, 1158 стр.

BRANDBOOK

Назарбаев Университет



Первое издание, 80 стр.



ТҰРҒЫН ҮЙ
ҚҰРЫЛЫСЫНА
КЕПІЛДІК БЕРУ ҚОРЫ

Логотип Фонда до ребрендинга в 2016 году



ҚАЗАҚСТАННЫҢ
ИПОТЕКАЛЫҚ НЕСИЕЛЕРГЕ
КЕПІЛДІК БЕРУ ҚОРЫ
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

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).

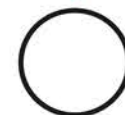
тұрғын үй



құрылыс



кепілдік беру қоры





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

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

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



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

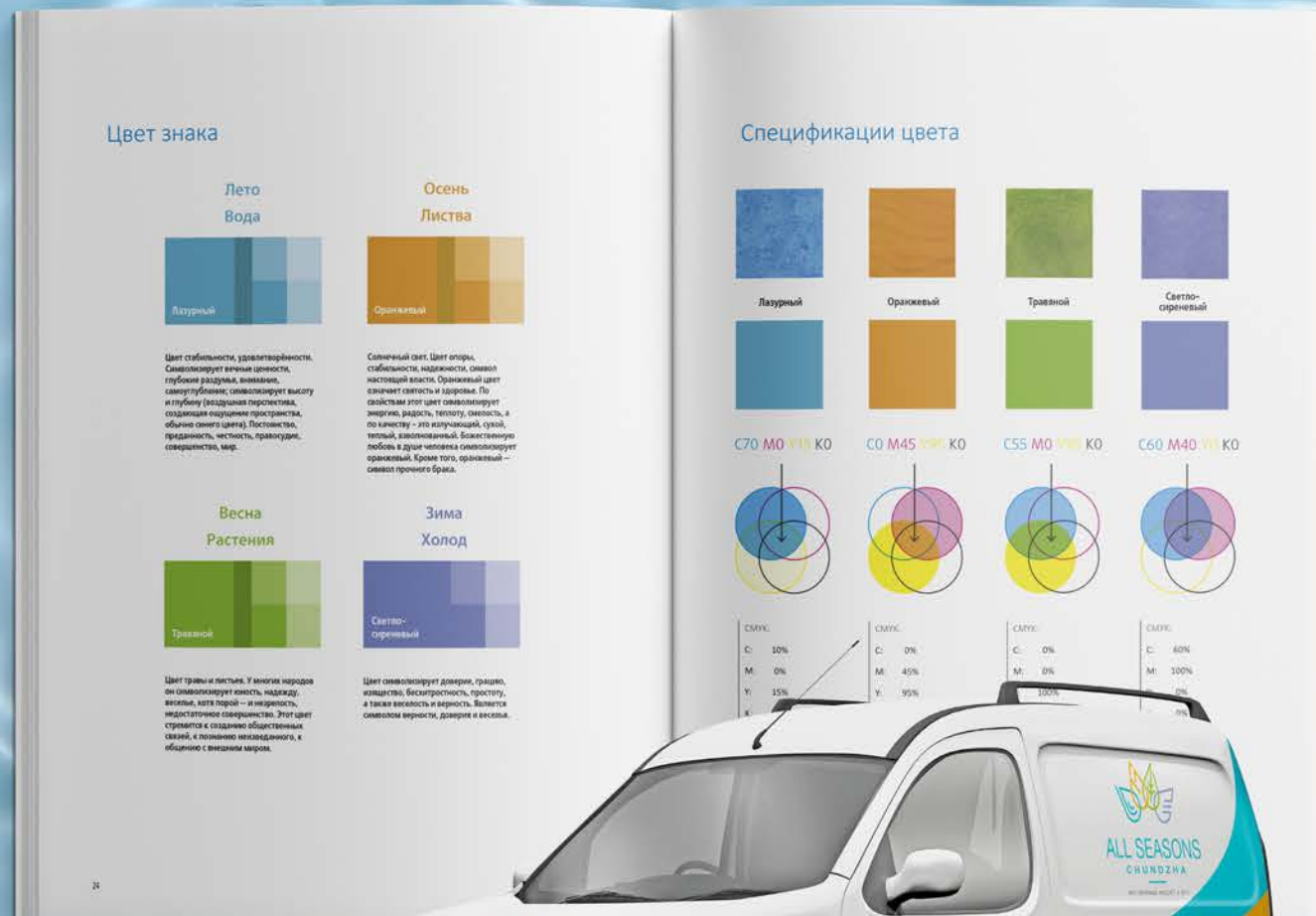
В основе названия премиального круглогодичного комплекса SPA-процедур заложено словосочетание – All Seasons (англ. – «все сезоны»).

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, переплетенной по принципу гирихового (восточного) орнамента.



BRANDBOOK

Премиальный круглогодичный комплекс SPA-процедур





QAZGEODEZIA

РГП «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ГЕОДЕЗИИ И ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ»



 QAZ
GEODEZIA
РГП «НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЦЕНТР ГЕОДЕЗИИ И ПРОСТРАНСТВЕННОЙ ИНФОРМАЦИИ»

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 символичный шрифт, построенный на основе базисной пиктограммы.



BRANDBOOK

QazGeodezia





ОРВ



ОРВ



ОРВ



ОРВ



**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



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).

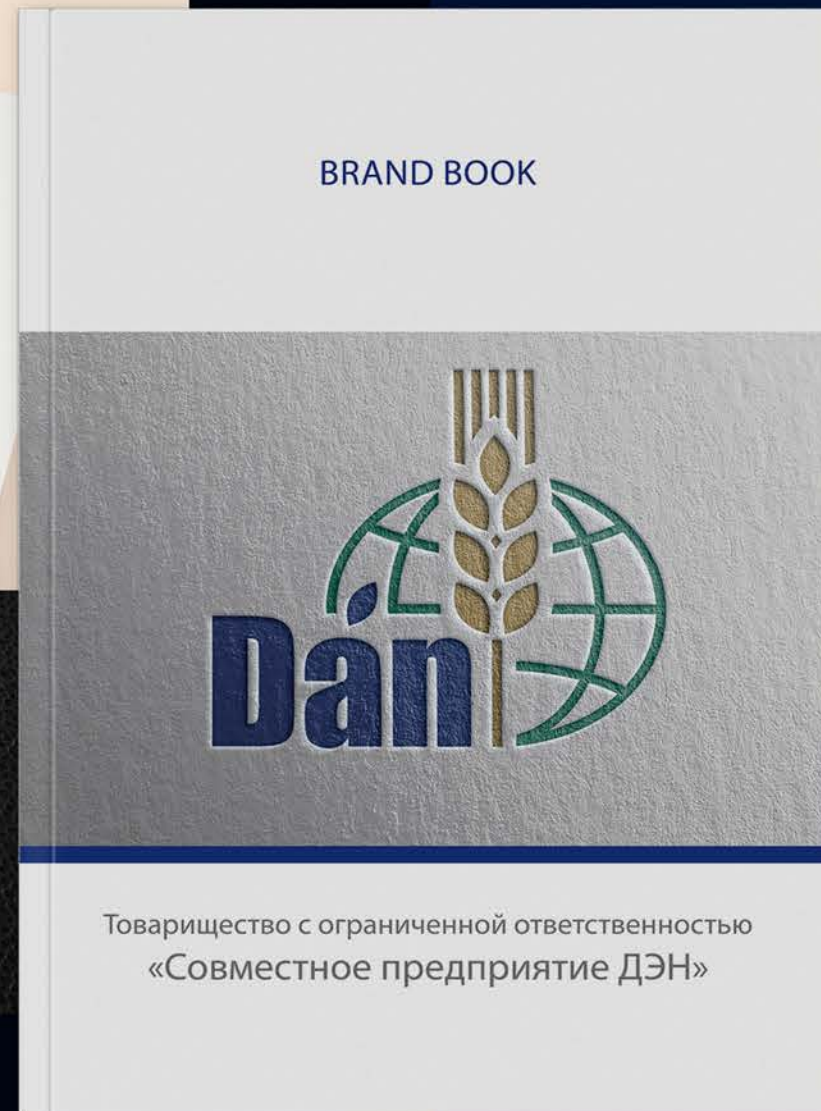
В основу идеи графического знака бренда были взяты символы – земной шар, колос, которые транслируют целевой аудитории идеи Глобальности и Основного продукта компании, а также графический элемент бренда Cargill – листок.

В основе названия компании - 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



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



TOO «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 Брендиговое Агентство «Казакстаника»
www.kazakhstanika.kz



БРЕНДИНГ

TOO «Lider premium»

Ребрендинг позволил компании Lider Premium укрепить позиции на рынке, повысить узнаваемость и привлечь новую аудиторию. Обновленный стиль подчеркивает премиальное качество, доверие клиентов и современный подход. Единая визуальная концепция усиливает восприятие бренда, делая его более конкурентоспособным и привлекательным.

/ lidergroup.world /



BRANDBOOK

TOO «Lider premium»



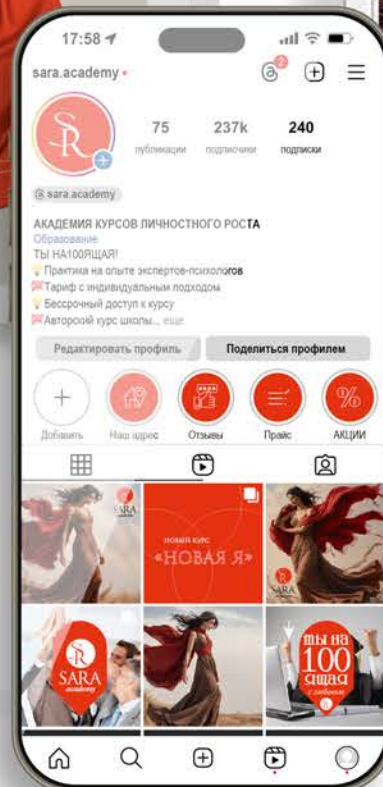
Sara academy

Концепция бренда, где логотип использует за основу идеальную геометрическую форму как символ Идеала и через стилизацию полета, развития, роста и движения, создавая ощущение легкости и стиля. Не преобладая, но дополняя новым смыслом и усиливая эту основу, согласные буквы S и R имени бренда SARA сформировали уникальный графический знак, который прекрасно держит уменьшение и увеличение. В сочетании с иллюстрацией, развивающей образ бренда, графический знак придает ощущение элитности и высокого стиля академии.

ЛОГОТИП:
БЕЗОПАСНЫЕ ЗОНЫ

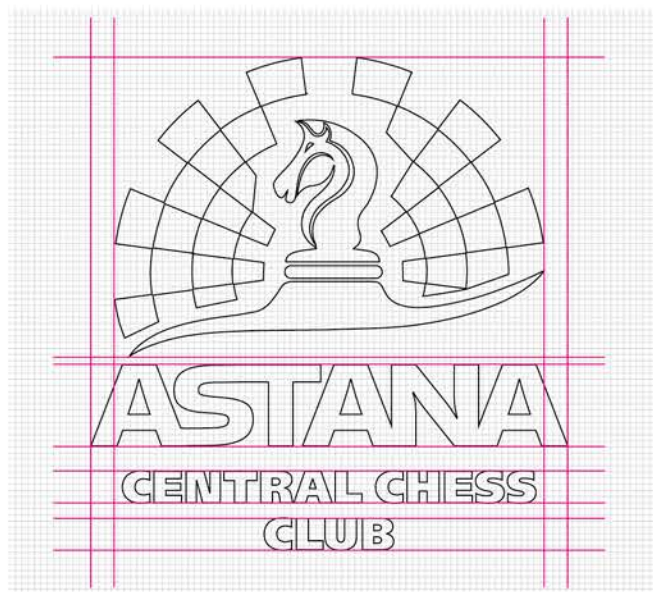


ФИРМЕННЫЙ
ПЛАТОК (С КОРОБКОЙ)



BRANDBOOK

SARA academy



Центральный шахматный клуб «ASTANA»

Логотип представляет собой элегантное и современное визуальное решение, отражающее стратегическую глубину шахмат и престиж клуба. В центре стилизованная шахматная фигура коня, которая символизирует лидерство, интеллект и мастерство. Фигура интегрирована с элементами, напоминающими элементы шахматной доски.

Шрифт логотипа выполнен в современном и строгом стиле, с чёткими линиями, что олицетворяет точность и дисциплину, характерные для шахмат.

Цветовая палитра включает тёмные, глубокие оттенки синего и желтого, которые символизируют интеллектуальную глубину и стратегическое мышление, подчёркивающие престиж и амбиции клуба.



BRANDBOOK

Центральный шахматный клуб «ASTANA»



РЕБРАНДИНГ

ТОО «KZ EXPORT»

После ребрендинга логотип отражает миссию компании – развитие казахстанского экспорта на мировой арене. В его основе – абстрактный символ, объединяющий национальные мотивы и глобальные ценности. Геометрические формы передают движение, рост и прогресс. Цвета – коричневый, зелёный и золотой – символизируют надёжность, стабильность и национальную идентичность. Современный, чёткий шрифт с мягкими линиями подчёркивает профессионализм, делая логотип ассоциируемым с инновациями и успешным международным сотрудничеством.

[/ kzexport.com /](http://kzexport.com/)

Қазақстан Республикасы, Шымкент қ.,
Тұяқ Хан дағұлы, 82.
Тел.: +7 701 992 42 22, +7 701 900 09 45.
E-mail: kzeexport@mail.ru
BCH 170240008118

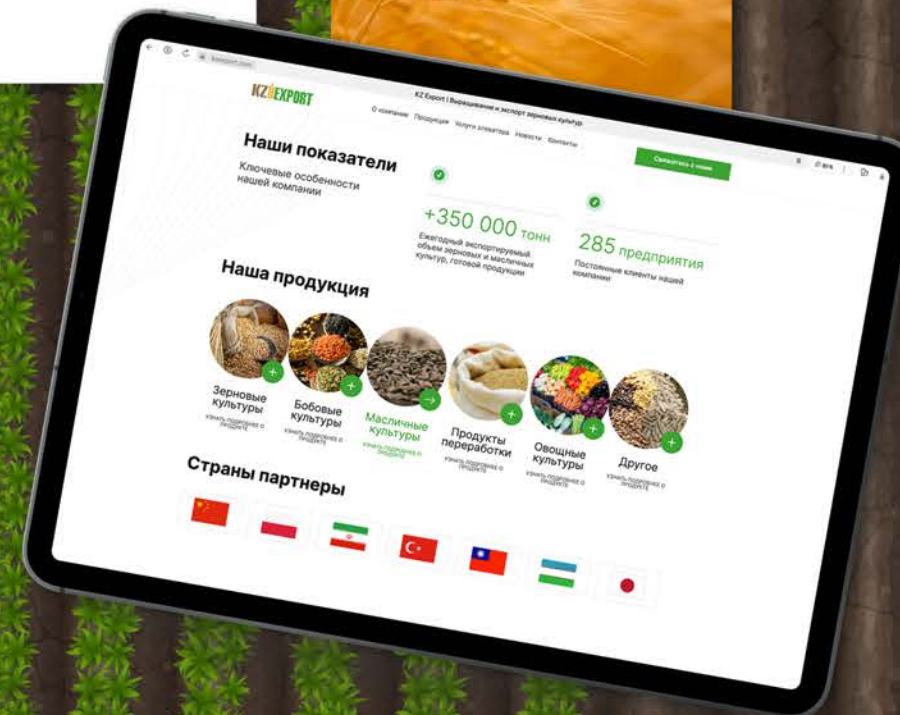


Республика Қазқстан, г. Шымкент,
проспект Тұяқ Хан, 82.
Тел.: +7 701 992 42 22, +7 701 900 09 45.
E-mail: kzeexport@mail.ru
BCH 170240008118



Қазақстан Республикасы, Шымкент қ.,
Тұяқ Хан дағұлы, 82.
Тел.: +7 701 992 42 22, +7 701 900 09 45.
E-mail: kzeexport@mail.ru
BCH 170240008118

Республика Қазқстан, г. Шымкент,
проспект Тұяқ Хан, 82.
Тел.: +7 701 992 42 22, +7 701 900 09 45.
E-mail: kzeexport@mail.ru
BCH 170240008118



BRANDBOOK

TOO «KZ EXPORT»



РЕБРАНДИНГ

ТОО «Темирсервис Астана»

Цель ребрендинга – сохранить и приумножить успехи компании, улучшить восприятие и повысить ее узнаваемость в качестве драйвера развития железнодорожной инфраструктуры в городе Астане и надежного провайдера услуг железнодорожных подъездных путей.

Для построения логотипа был выбран английский язык как язык международного делового общения. В части визуализации логотип составлен из двух блоков: графического – представляющего собой аббревиатуру TSA, и текстового блока с расшифровкой полного наименования.

/ <https://tsast.kz/> /

TEMIRSERVICE ASTANA



BRANDBOOK

ТОО «Темирсервис Астана»



РЕБРАЙНГ

Astana Railways

Цель ребрендинга АЖДХ в Astana Railways с брендом ASTRA – предложить новое уникальное в отрасли название, улучшить восприятие и повысить узнаваемость компании в качестве частного оператора локомотивной тяги, осуществляющего услуги по подаче и уборке вагонов на железнодорожные подъездные пути города Астана и Республики Казахстан.

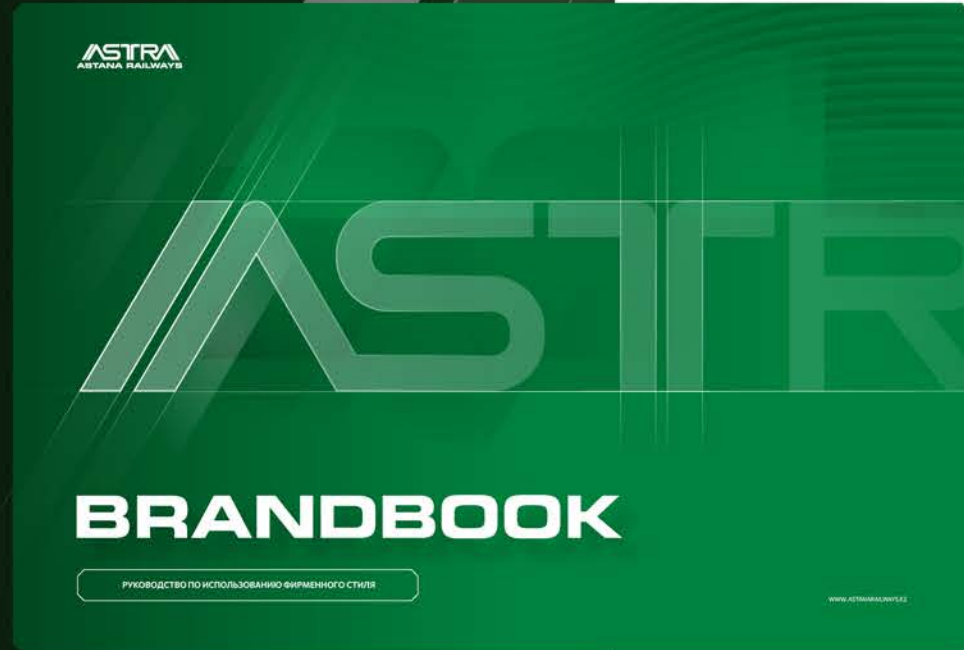
В части визуализации логотип составлен из двух блоков: графического – представляющего собой аббревиатуру ASTRA (ASTana Railways), и текстового блока с расшифровкой полного наименования. В основу графического образа логотипа взяты параллельные линии, что символизирует железнодорожные пути.

<https://astanarailways.kz/>



BRANDBOOK

Astana Railways





АО Авиакомпания «EURASIA AIR»

Логотип EURASIA AIR представляет собой оригинальную композицию аббревиатуры из первых букв названия компании EA, где буква E, выполненная в четко читаемом шрифтовом варианте, – определяет направление движения, две наклонные линии в центре композиции – указывают на дискриптор, устойчивость и динамику, стилизованная буква A – символизирует птицу, полет, движение. Название Eurasia Air, расположенное под логотипом, являясь основой всей композиции, расшифровывает содержание логотипа, что обеспечивает узнаваемость и запоминание фирменного знака бренда.



BRANDBOOK

АО Авиакомпания «EURASIA AIR»

ДУЫЛ TRUST

ДУЫЛ

Текстовый знак,
орнамент
в букве А



Старшее поколение

Зумеры

Традиции



Патриотизм

Партия

Семья



ДУЫЛ TRUST

Фонд «Ауыл Trust»

Логотип фонда «Ауыл Трост» после ребрендинга отражает патриотизм, традиции и семейные ценности, подчеркивая его миссию – поддержку сельских общин. Центральный элемент – текстовый знак с уникальной буквой «А», украшенной национальным орнаментом, символизирующим культурное наследие и связь с корнями. Современный, сдержанный шрифт передает надёжность, а тёплые зелёные оттенки ассоциируются с природой и развитием. Логотип сочетает традиции с прогрессивными подходами.



BRANDBOOK

Фонд «Ауыл Trust»

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

1

1. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ

Исследование рынка сегодня – самый эффективный способ определить реальные потребности аудитории. Это достаточно сложный процесс, требующий определенных компетенций, скрупулезной работы штатной и проектной команды, больших временных затрат и обработки массивов данных.

Цели и задачи исследования:

- Анализ текущего состояния рынка
- Определение основных конкурентов и их доли на рынке.
- Исследование предпочтений и поведения потребителей / дистрибьюторов.
- Оценка перспектив роста и тенденций на рынке
- Разработка рекомендаций для выхода на рынок и продвижения продукции – справка.

2

2. ФОРМУЛИРОВАНИЕ ПЛАТФОРМЫ БРЕНДА

Это 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.

3

3. РАЗРАБОТКА ИМЕНИ БРЕНДА (НЕЙМИНГ)

Согласно поставленной задаче и результатам формулирования платформы бренда, предложенные варианты на втором этапе нейминга пройдут анализ: фонетический (каз., рус., англ.); исключаящий; 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.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ

4

4. 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.

5

5. 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.

6

6. 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:

6.1. 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

6.2. ИМИДЖЕВЫЙ ВЕБ-САЙТ

6.3. ИМИДЖЕВЫЙ ВИДЕОРОЛИК (ТВ)

6.4. БАННЕРЫ ДЛЯ НАРУЖНЫХ КОНСТРУКЦИЙ

6.5. ВЫСТАВОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

- Пресс-стена
- Roll-up

КОНТАКТЫ

ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ОФИС

Национальное Брендинговое Агентство «Казахстаника»
А15Е5В5, Казахстан, г. Алматы, ул. Едила Ергожина, 9
(бывш. Ходжанова, 76), блок 2, 108

☎ +7 701 716 49 02

✉ info@kazakhstanika.kz

Для запроса коммерческих предложений:

✉ gt@kazakhstanika.kz



kazakhstanika.kz

ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО в г. АСТАНЕ

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

☎ +7 7172 252 676

