



ШВЕЙЦАРИЯ – ВАШ ЦЕНТР ДИЗАЙНА И БРЕНДИНГА

10 ВЕДУЩИХ МАРКИРОВОК «СДЕЛАНО В» ЗА 2017 Г.

Страна	Место
 Сделано в Германии	1
 Сделано в Швейцарии	2
 Сделано в Европейском союзе	3
 Сделано в Великобритании	4
 Сделано в Швеции	5
 Сделано в Канаде	6
 Сделано в Италии	7
 Сделано в Японии	8
 Сделано во Франции	9
 Сделано в США	10

Источник: Statista, 2017 г.

ВСТУПЛЕНИЕ

Солидная стратегия бренда способна сформировать ценность для акционеров, привлечь хороших сотрудников и наладить прочные взаимоотношения с клиентами. Чтобы завоевать умы и сердца, стратегия бренда должна постигнуть и соответствовать их ценностям и взглядам. Повышение качества обслуживания клиентов путем сбора и анализа информации формирует уверенность и доверие. Поэтому очень важно, чтобы ответственность за разработку и контроль над брендом была четко определена и делегирована. Привлечение акционеров из разных компаний очень важно для управления и соблюдения последовательности, а также сохранения отличительного лица бренда.

Что может быть лучше ярлыка «Сделано в Швейцарии», который является синонимом превосходного качества товара? У клиентов швейцарские товары ассоциируются с надежностью, высочайшим качеством, долговечностью и техническим превосходством. С точки зрения дизайна и брендинга, это делает Швейцарию одной из самых привлекательных стран в мире.

ПОЧЕМУ ВАМ СЛЕДУЕТ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ НА ШВЕЙЦАРИЮ?

Вот лишь несколько причин, почему следует обратить внимание на Швейцарию, если вы:

- хотите, чтобы ваши товары или услуги ассоциировались с брендом «Сделано в Швейцарии»,
- планируете воспользоваться уникальным предложением талантливых швейцарских дизайнеров в сочетании с выдающимися производственными возможностями,
- ищете высокоразвитый пробный рынок.

КЛЮЧЕВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В СФЕРЕ ДИЗАЙНА И БРЕНДИНГА

Тенденция №1: Создание индивидуального контента

Индивидуализация товаров и услуг может быть необратимым трендом, однако требует наличия сложной базы клиентов, способных позволить себе покупку товаров и услуг, созданных специально под их нужды.

Проблемы:

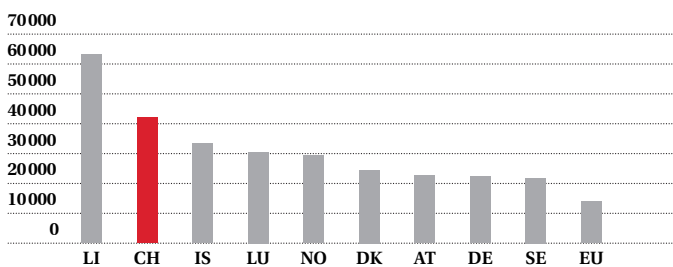
- формирование сложной базы клиентов,
- доступ к подходящему пробному рынку,
- создание индивидуального контента для клиентов.

Почему именно Швейцария:

1. Благоприятные условия для тестирования продукции
Даже министерство торговли США рекомендует американским компаниям пользоваться швейцарским пробным рынком для испытания продукции, предназначенной для сбыта в Европе. В частности, швейцарский пробный рынок «идеально подходит для вывода новых высокотехнологичных и потребительских товаров». Источник: Коммерческий гид для компаний в США, 2014 г., Министерство торговли США.
2. Высокая покупательная способность
Швейцарские клиенты обладают одним из самых высоких показателей покупательной способности в мире. Швейцарский рынок прекрасно подходит для индивидуальных товаров – от специально разработанных медицинских устройств до мотоциклов, выполненных по индивидуальному заказу. В 2017 году Швейцария заняла второе после Лихтенштейна место в Европе по уровню покупательной способности.

Средняя покупательная способность

на душу населения в EUR, 2017 г.



Источник: www.gfk.com, 2017 г.

Аналитическое исследование:

Harley-Davidson Switzerland GmbH, швейцарское представительство расположенной в США компании Harley-Davidson, занимается производством уникальных мотоциклов. Рули, сиденья, подвеска и pedalное управление полностью настраиваемые – это значит, что клиент может купить товар, который действительно был изготовлен специально для него. Высокая покупательная способность швейцарцев и товары по специальному заказу Harley-Davidson – две важные составляющие успешной работы компании в Швейцарии. Стратегия себя явно оправдывает, ведь Harley-Davidson – самый продаваемый в Швейцарии бренд мотоциклов.

Тенденция №2: Связь между инновациями, дизайном и производством

Все чаще клиенты называют «аутентичность» – что значит интеграция инновации, дизайна и производства внутри одной страны или одной компании – желательным качеством. Швейцария предлагает уникальные возможности не только для изобретения и проектирования товаров, но и для их производства. Ярлык «Сделано в Швейцарии» может стать важным толчком к росту и может иметь огромное значение на мировом рынке.

Чтобы промышленная продукция компании могла заслужить ярлык «Сделано в Швейцарии», минимум 60 % производственной себестоимости (включая расходы на НИОКР, расходы на материал и изготовление, в т. ч. затраты на контроль качества и сертификацию) должны поступать из Швейцарии. Кроме того, производство должно осуществляться преимущественно в Швейцарии (см. также www.s-ge.com/swissness).

Проблема:

Нахождение места с отличными возможностями для дизайна и производства.

Почему именно Швейцария:

1. Создать бренд, который демонстрирует ваши сильные стороны или дает надежное обещание. Швейцария – одна из наиболее индустриализированных стран в мире с прогрессивными производственными возможностями: от медицинского оборудования до косметики, от часов до промышленного оборудования.
2. Также в Швейцарии превосходное высокоточное производство, что позволяет изготавливать весьма сложные товары. Благодаря этому компании могут объединять дизайн и производство товара в Швейцарии, обеспечивая тем самым его качество и аутентичность.

Бренд-рейтинг страны – это ежегодный рейтинг, публикуемый FutureBrand, ведущим коллективом исследователей брендов. Не у каждой из 75 стран в этом исследовании есть свой бренд. На самом деле, только 22 страны отвечают критериям. В результате, они обладают измеримым конкурентным преимуществом перед другими участниками.

В 2014-15 годах Швейцария заняла второе место, опередив остальные европейские страны и их «бренды», а также США, Канаду и Южную Корею. Более высокий рейтинг только у Японии.

Согласно рейтингу, «ключевые движущие силы «бренда страны» – наличие репутации высококачественных товаров, желание посетить страну или учиться в ней, а также ощущение хорошей инфраструктуры».

Аналитические исследования:

Американская компания Medtronic, представленная в более чем 160 странах и насчитывающая 91 000 сотрудников, является лидером на рынке сердечных, сосудистых и диабетических препаратов. Ее центральный филиал Medtronic Europe Sàrl, отвечающий за работу с Европой, Ближним Востоком и Африкой, находится в Толошне, Швейцария. Имея в Швейцарии около 1 100 сотрудников, швейцарская компания производит от 1 600 до 2 000 кардиостимуляторов каждый день, что составляет одну пятую часть от всех производимых кардиостимуляторов в мире. Компания отличается хорошим имиджем, инновациями, качеством и дизайном производимых в Швейцарии товаров.

Всемирно известный датский производитель кофеварок VODUM разместил свой дизайнерский и сервисный центр в Трингене, кантон Люцерн. Там компания смогла объединить усилия лучших дизайнеров со всего мира с типичным для Швейцарии высоким уровнем обслуживания, чтобы создать один из самых известных в мире предметов кухонной утвари.

Тенденция №3: Стратегическое управление брендами и дизайном

В условиях глобализированной экономики, где компании сталкиваются с обостряющейся конкуренцией, интегрированное управление и эксплуатация интеллектуальной собственности (бренды и дизайн) имеют все большее значение. Защита ИС очень важна в управлении дизайном и брендом, как в случае с инновационным промышленным дизайном, товарным ярлыком и торговыми марками.

Проблемы:

- эффективная защита ИС как неотъемлемая часть бизнес-стратегии,
- оптимизация управления ИС с точки зрения бизнеса и налогообложения.

Почему именно Швейцария:

1. Международная защита прав ИС от посягательства со стороны конкурентов или мошенников чрезвычайно важна. Швейцария – одна из самых активных стран по количеству патентных заявок. В 2017 году она заняла шестое место в мире и третье в Европе с 7 283 заявками. С точки зрения применения на душу населения она превосходит любую страну. В силу хорошей узнаваемости брендов и высокого количества ежегодно подаваемых патентных заявок, Швейцария придает большое значение усилению внутренней и международной защиты ИС путем заключения двусторонних соглашений со многими ведущими развивающимися и развитыми странами. Швейцария также является местом расположения ВАИС (Всемирная ассоциация интеллектуальной собственности). Строгие правила защиты данных и лучшие защищенные центры обработки данных снижают опасность промышленного шпионажа.

2. Эффективное применение ИС

Несколько привлекательных схем налогового планирования для ИС в Швейцарии, включая IP Box, позволяющих снизить налог на роялти от патента и бренда. Например, в кантоне Нидвальден взимается единая налоговая ставка 1,2% на чистые лицензионные поступления от дохода с лицензий ИС. Определение доходов от квалифицирующих прав на интеллектуальную собственность (IP) соответствует международным стандартам (ОЭСР).

Аналитическое исследование:

Швейцарское представительство международной сети отелей с головным офисом в США, имеющей курорты в более чем 80 странах мира, управляет лицензиями множества своих брендов по всему миру.

