

КЕЙС

СТМ «Енисей» × «Командор»

У ООО «ТС Командор» есть сильная СТМ (собственная торговая марка) и большая аудитория покупателей.

У АНО РК «Енисей-СТМ» («Енисей» отсылает к реке, а СТМ означает «Сибирский завод тяжёлого машиностроения») — сильный эмоциональный бренд и вовлечённые болельщики.

Однако на данный момент их взаимодействие практически не влияет на поведение аудитории.

Ваша задача — создать коллаборацию, которая объединит «покупки» и спорт, даст бизнес-результат и эмоциональную вовлечённость болельщиков и покупателей.

Контекст сотрудничества.

«Командор» и регбийный клуб «Енисей-СТМ» представляют собой два сильных региональных бренда, каждый из которых занимает лидирующие позиции в своей сфере.

С одной стороны, «Командор» — один из крупнейших ритейлеров Восточной Сибири, обладающий развитой сетью магазинов, устойчивой клиентской базой и эффективной системой взаимодействия с покупателями. Компания активно развивает собственные торговые марки (СТМ), а также инвестирует в их продвижение, включая отдельный фокус на категории готовой еды.

Дополнительно в коммуникационной стратегии компании «Командор» важное место занимает позиционирование как локального бренда. Компания последовательно подчеркивает свою принадлежность к Сибири и ориентируется на поддержку местных производителей, инициатив и сообществ.

В этом контексте сотрудничество с регбийным клубом «Енисей-СТМ» усиливает данный образ, так как объединяет два локальных бренда и транслирует идею: «свои поддерживают своих».

С другой стороны, «Енисей-СТМ» — один из ведущих регбийных клубов России, базирующийся в Красноярске и являющийся важным символом спортивной культуры региона. Клуб ассоциируется с силой, дисциплиной, выносливостью и командной работой.

Объединение данных брендов открывает значительный потенциал для:

- усиления имиджа обоих участников;
- формирования эмоциональной связи с аудиторией;
- расширения точек контакта с потребителем.

Смысловая основа сотрудничества.

В прошлом году компания «Командор» и СТМ «Енисей» сотрудничали: компания ставила свою фотозону, предоставляла воду, а также размещение брендированных баннеров на поле во время игр и прокат роликов на экранах в перерывах между играми. Сейчас у компаний есть заинтересованность в развитии долгосрочного сотрудничества. Дополнительным фактором коллаборации является

совпадение аббревиатуры «СТМ», имеющей разное, но символически близкое значение:

- в контексте регбийного клуба — «СТМ» расшифровывается как «Сибирский завод тяжёлого машиностроения»;

- в контексте ритейла — «СТМ» означает «собственная торговая марка».

Данное совпадение может быть использовано как креативная и коммуникационная основа для объединения брендов.

Сотрудничество также соответствует актуальным потребительским трендам.

В последние годы наблюдается устойчивый рост интереса к:

- здоровому образу жизни;
- сбалансированному питанию;
- удобным форматам потребления, включая готовую еду;

Компания «Командор» активно развивает данное направление, инвестируя в производство и продвижение готовой еды под собственными торговыми марками. Это делает категорию одним из ключевых драйверов роста собственной торговой марки. В свою очередь, спортивный контекст регбийного клуба усиливает восприятие данной категории: спортсмены ассоциируются с правильным питанием, режимом и физической формой. Таким образом, сотрудничество позволяет:

- связать продукты СТМ (в том числе готовую еду) с темой здоровья и энергии;
- усилить восприятие качества через ассоциацию со спортом;
- сделать коммуникацию более современной и релевантной для аудитории.

О компаниях.

«Командор» — крупнейшая торговая сеть Восточной Сибири, куда входят супермаркеты и магазины у дома «Командор», гипермаркеты «Аллея» и дискаунтеры «Хороший». А также есть программа выгод «Копилка» (как единая логика экономии/идентификации клиента), цифровые промо-лендинги и регулярные стимулирующие акции.

Компания «Командор» активно развивает цифровые сервисы. Помимо офлайн-магазинов, работает сервис доставки «Копилка.Го», а также программа лояльности «Копилка». В ближайшее время планируется объединение этих сервисов в одно мобильное приложение, что позволит создать удобную единую экосистему для покупателя.

Собственная торговая марка «К» — ключевая марка СТМ в сетях «Командор» и «Аллея»; более 500 наименований и производство на 50 местных и региональных предприятиях. Отдельно в коммуникациях компании фиксируется работа над качеством и «премиальностью по ощущению»: в новости о Private Label Awards 2025 отмечается, что марка «К» представлена на рынке с 2014 года, имеет более 270 позиций, а качество «сопоставимо с премиальной продукцией» при среднем ценовом сегменте.

«Енисей-СТМ» — один из самых титулованных регбийных клубов России, основанный в 1975 году. Клуб является важной частью региональной идентичности и ассоциируется с силой, командной работой и «сибирским характером».

Регбийный клуб «Енисей-СТМ» основан в 1975 году. Домашние матчи «тяжёлая машина» проводит на стадионе «Авангард», вмещающем 3000 зрителей. Система клуба состоит из основной, молодежной и женской команд, а также спортшколы, в отделениях которой в Красноярске и Красноярском крае занимаются регби более 1300 детей.

Регбийный клуб «Енисей-СТМ»:

13-кратный чемпион России;

10-кратный обладатель Кубка России;

3-кратный обладатель Суперкубка России;

10-кратный серебряный призёр чемпионата России;

3-кратный бронзовый призёр чемпионата России;

2-кратный обладатель еврокубка «Континентальный Щит»;

Участник Суперкубка Европы 2021/2022 и европейского Кубка Вызова.

Проблематика.

На данный момент взаимодействие брендов не выстроено системно: отсутствует единая идея, интеграция не влияет напрямую на покупателя, а аудитория не видит связи между брендами. При этом для компании «Командор» важно получать **обратную выгоду** от сотрудничества, используя ресурсы регбийного клуба, такие как:

- площадка проведения матчей;
- социальные сети клуба;
- личные аккаунты игроков;
- офлайн- и онлайн-активности.

Ключевая задача.

Разработать концепцию интеграции, которая объединяет покупки и спорт, формирует эмоциональную связь с брендом и стимулирует продажи. Также важно привлекать внимание аудитории через **яркие и запоминающиеся мероприятия**, поскольку в городской среде (в частности в Красноярске) наблюдается высокий уровень информационного шума и большое количество однотипных активностей. Возможно, разработать визуальную составляющую.

Дополнительные требования.

Предлагаемые решения должны:

- выделяться на фоне других мероприятий;
- не быть «формальными» или «для галочки»;
- представлять собой действительно **уникальные и вовлекающие активности**.

Особое внимание следует уделить креативным подходам и нестандартным форматам, способным вызвать интерес и эмоциональный отклик у аудитории.

Период и ограничения.

Срок: май–октябрь.

Бюджет: 1 000 000 рублей (использование площадок регби-клуба – бесплатное)
География: Сибирь.

Что нужно сделать

Разработать коммуникационную кампанию, которая:

- объединит бренд «Командор» и клуб «Енисей-СТМ»;
- повысит узнаваемость собственной торговой марки;
- увеличит продажи собственной торговой марки;
- вовлечёт аудиторию.

Как можно будет оценить результат?

- рост продаж СТМ;
- участие в акции;
- вовлечённость в соцсетях;
- количество публикаций в СМИ;
- количество регистраций в «Копилке».

Вопросы для подготовки:

1. Какая единая идея может объединить «Командор» и «Енисей-СТМ»?
2. Как превратить покупку в опыт, связанный со спортом?
3. Какие механики будут понятны и интересны массовой аудитории?
4. Как использовать матчи как точку контакта?
5. Как сделать интеграцию не разовой, а системной?

Дополнительные материалы

Для анализа:

<https://sm-komandor.ru/>

<https://www.enisei-stm.ru/>

https://vk.com/alley_giper

https://vk.com/horoshii_market

<https://vk.com/prkomandor>

Посты:

https://vk.com/wall-191735815_1112042

https://vk.com/wall-191735815_1124930

https://vk.com/wall-48333978_622237

Подсказка:

Ключевая идея уже заложена в основе партнёрства:

«Сибирский характер» + это совершенно новый формат сотрудничества для ритейла.

Её можно развить в:

- командность,
- силу,
- локальную гордость,
- «свои поддерживают своих».

**Также в продвижении можно использовать мобильное приложение «Копилка», социальные сети компании «Командор» и СТМ «Енисей».*

Форматы исполнения проекта:

Подробный документ (Word / Google Docs);

Презентация на 8–10 слайдов.

Контакты для связи:

Менеджер социальных сетей компании Невина Елизавета Максимовна

e-mail: elzxnev.pr@mail.ru

с.т. +79140070713