

Optic House



EYEWEAR COLLECTION

BLISS

BLISS – доступное удовольствие для вашего образа и бюджета. Авторский бренд базовых медицинских оправ и с/з очков, знакомый потребителям в России с 2009 года, сегодня представлен в более чем 800 салонах оптики, расплoжённых в 72 городах России и ближнего зарубежья.

Коллекции **BLISS** создаются специалистами с большим опытом, поэтому дизайн коллекций всегда сбалансирован - в коллекциях вы сможете найти как самые модные образы, так и классические модели. Каждый, даже самый прихотливый потребитель, сможет найти подходящую для себя модель.

Основной политикой бренда можно назвать – стремление креаторов создать базовый, красивый и достойный продукт по доступной цене. Это не так просто, но у нас это получается. Очки - это тот аксессуар, который потребитель носит каждый день, безусловно, оправа или с/з очки должны быть гармоничны с внешним образом клиента и приносить ему удовольствие.

Удовольствие может быть доступным.



Миссия, видение, позиционирование.

Миссия BLISS – дать возможность людям выглядеть модно и элегантно, приобретая товары в базовом ценовом сегменте.

Видение BLISS – не смотря ни на что, сохранить в каждой следующей коллекции сочетание модных образов и доступных цен.

USP BLISS - актуальный базовый дизайн и всегда доступная цена.

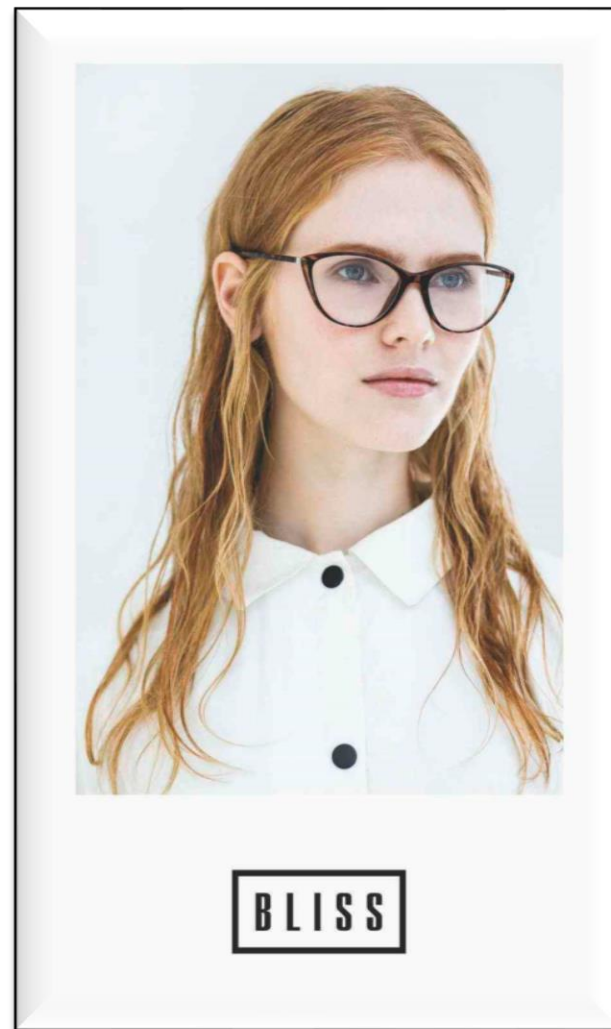
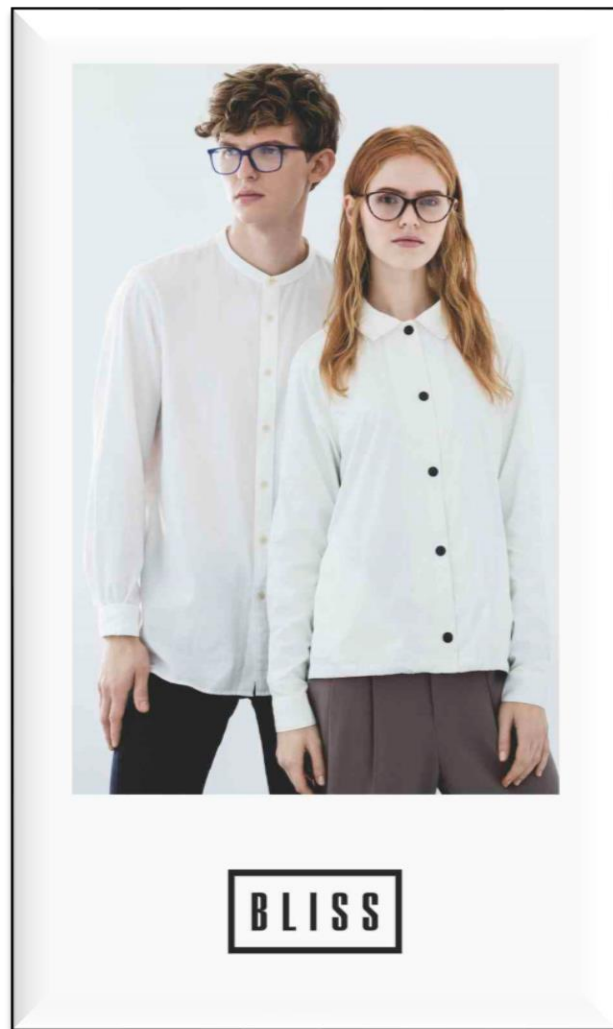
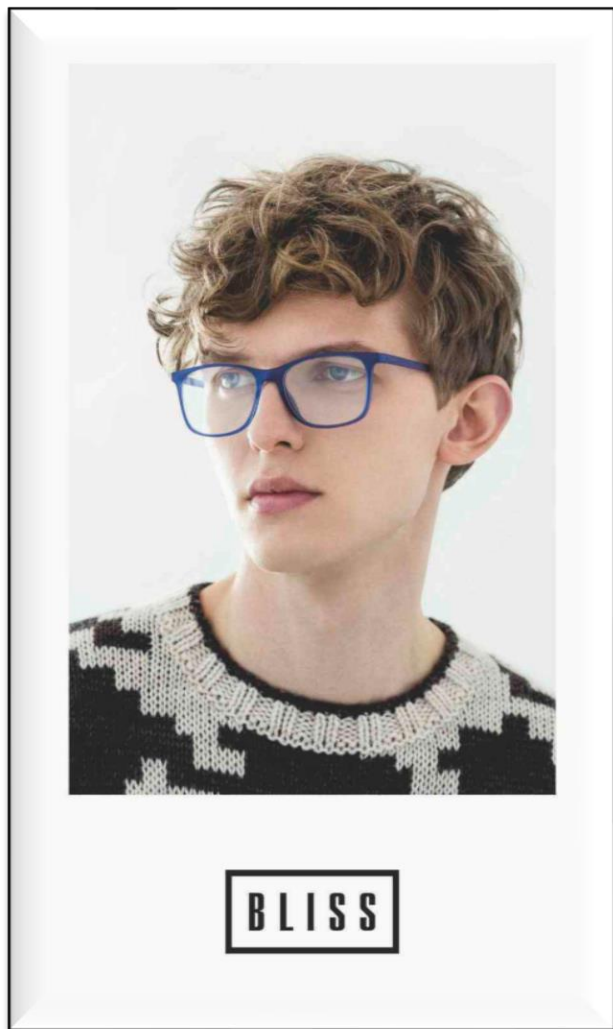


ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БРЕНДА BLISS

- женщины (60%) и мужчины (40%)
- в возрасте от 30 до 50+ (ядро ЦА 40-55 лет)
- потребители базового ценового сегмента с доходом средний/ниже среднего
- ценят практичность, удобство и стабильность
- планируют покупки заранее
- рациональны в выборе, не имеют возможности совершать импульсные покупки
- преимущественно классических вкусовых предпочтений
- зависимы от мнения окружающих, подвержены рекламе, отзывам, рекомендациям
- предпочитают проводить свободное время в кругу семьи
- предпочитает отдых на природе и пикники за городом



Основные образы





EYEWEAR COLLECTION

L.Riguardo

L.Riguardo - авторский бренд медицинских оправ, знакомый потребителям в России с 2009 года, сегодня представлен более чем в 800 салонах оптики, расположенных в 73 городах России.

На протяжении уже более 7 лет бренд предлагает модные и стильные оправы для мужчин и женщин. Коллекции **L.Riguardo** отвечают высоким требованиям качества, а основной политикой бренда можно назвать качество по разумной цене. Отличительной особенностью бренда является стремление дизайнеров поддержать баланс между моделями подходящими, как для офисного стиля, так и для отдыха.

В каждом новом релизе прослеживается неизменное стремление креаторов сделать коллекцию не только актуальной текущим модным трендам, но и соответствующей желанием потребителя.

Миссия, видение, позиционирование

Миссия L.Riguardo – заботиться о качестве жизни, помогать людям выглядеть модно и элегантно.

Виденье L.Riguardo – не смотря ни на что, сохраняя основные ценности бренда, продолжать предлагать потребителю выгодные цены, достойное качество и актуальный дизайн.

USP L.Riguardo - качество материалов и отличный дизайн по разумной цене.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БРЕНДА L.Riguardo

- женщины (60%) и мужчины (40%)
- в возрасте от 20 до 50 + (ядро ЦА 25-40 лет)
- ценят практичность, удобство и стабильность
- планируют покупки заранее
- рациональны в выборе, чаще всего не имеют возможности совершать импульсные покупки
- преимущественно классических вкусовых предпочтений
- но тем не менее открыты новому
- зависимы от мнения окружающих, подвержены рекламе, отзывам, рекомендациям
- предпочитают проводить свободное время в кругу семьи
- предпочитает отдых на природе и пикники за городом

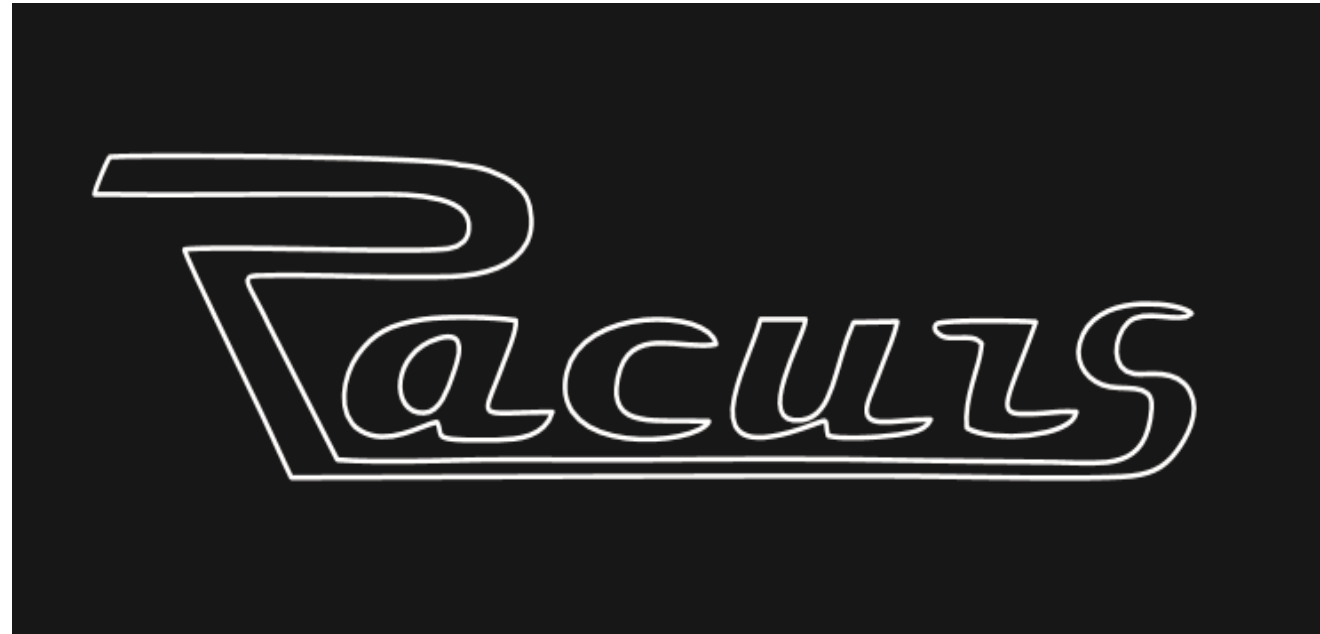


Основные образы



Основные образы





EYEWEAR COLLECTION

RACURS

RACURS – на сегодняшний день - самый высокий, с точки зрения цены и качества, бренд в портфолио компании «**Оптик Хаус**». Бренд знаком потребителям в России с 2009 года и сегодня представлен в более чем 600 салонах оптики, располжённных в 73 городах России и ближнего зарубежья.

Коллекции **RACURS** - это сочетание качественных материалов, первоклассного дизайна и, тем не менее, доступной цены. Ценовая политика бренда состоит в том, чтобы предоставить потребителю возможность покупать качественные товары по более доступным ценам, чем раскрученные бренды.

Racurs это бренд категории fast casual - для потребителей, которые привыкли к качественным товарам, но не хотят переплачивать за накрутку добавленной стоимости популярных брендов. Для таких клиентов важно оставаться в рамках бюджета, но при этом быть в тренде, следить за основными модными течениями, иметь возможность носить то, что модно здесь и сейчас!

Racurs – модная точка зрения.



Миссия, видение, позиционирование.

Миссия RACURS – дать возможность людям выглядеть модно и элегантно, не переплачивая за добавленную стоимость брендов мирового уровня.

Видение RACURS – сохранить в каждой следующей коллекции сочетание последних модных трендов и доступных цен.

USP RACURS - модный fast casual бренд по адекватной цене.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ БРЕНДА RACURS

- женщины (60%) и мужчины (40%)
- в возрасте от 20 до 50+ (ядро ЦА 25-40 лет)
- потребители средний+ ценового сегмента с доходом средний/выше среднего
- следят за модой и новинками, хотят выглядеть в тренде
- имеют возможность совершать импульсные покупки
- преимущественно классических вкусовых предпочтений
- но открыты всему новому и готовы на эксперименты
- зависимы от мнения окружающих, подвержены рекламе, отзывам, рекомендациям
- предпочитают разнообразить досуг, ведут активную социальную жизнь



Основные образы



Основные имиджи



Основные образы



Основные имиджи

