

*Булбашъ®*

# LIMITED EDITION КАК ЧАСТЬ ДНК БРЕНДА

ГДЕ ВЗЯТЬ ИДЕЮ, ПРОСЧИТАТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ И ОБОСНОВАТЬ ЗАПУСК.  
КАКИЕ ОШИБКИ МЫ СОВЕРШАЛИ И КАК ИХ ИЗБЕЖАТЬ.

СПОЙЛЕР: НИКАК, НО МОЖНО МИНИМИЗИРОВАТЬ ПОСЛЕДСТВИЯ.

# ДНК БРЕНДА

Метафора, обозначающая уникальный «генетический код» бренда, то есть совокупность его неизменных, глубинных характеристик, которые делают его узнаваемым, отличают от конкурентов и формируют эмоциональную связь с потребителем.



# LIMITED EDITION

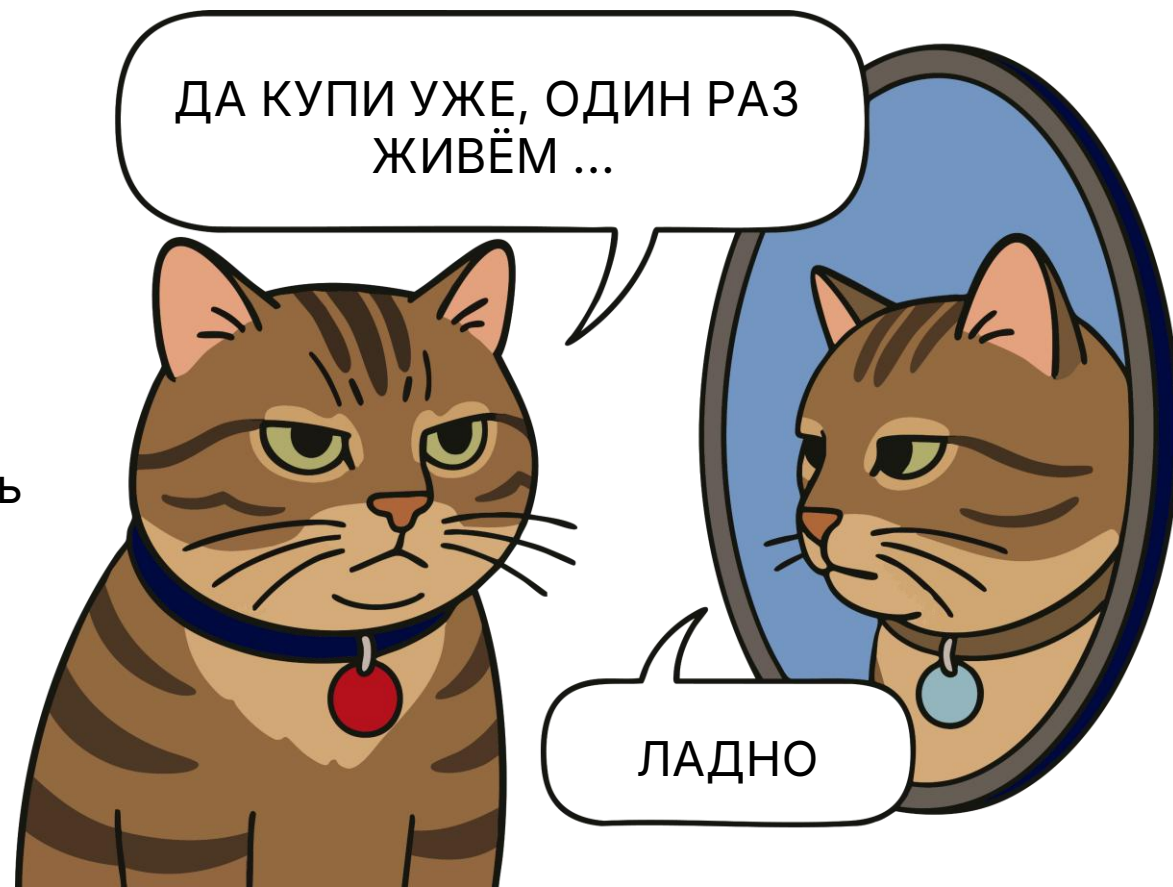
Лимитированная серия — это продукт, выпущенный в ограниченном количестве или на ограниченный срок. Основная цель — вызвать у потребителя чувство дефицита, эксклюзивности и срочности.

Лимитированная серия:

Для лояльных — укрепляет эмоциональную связь, удерживает внимание, маленькая радость для приверженца бренда

Для нелояльных — бонусная возможность привлечь внимание, побороться за взгляд покупателя

А есть бренды которые строят на этом свою платформу



# ABSOLUT БЫЛ ОДНИМ ИЗ ПЕРВЫХ БРЕНДОВ, КОТОРЫЙ СИСТЕМНО СТРОИЛ АРТ-ПЛАТФОРМУ

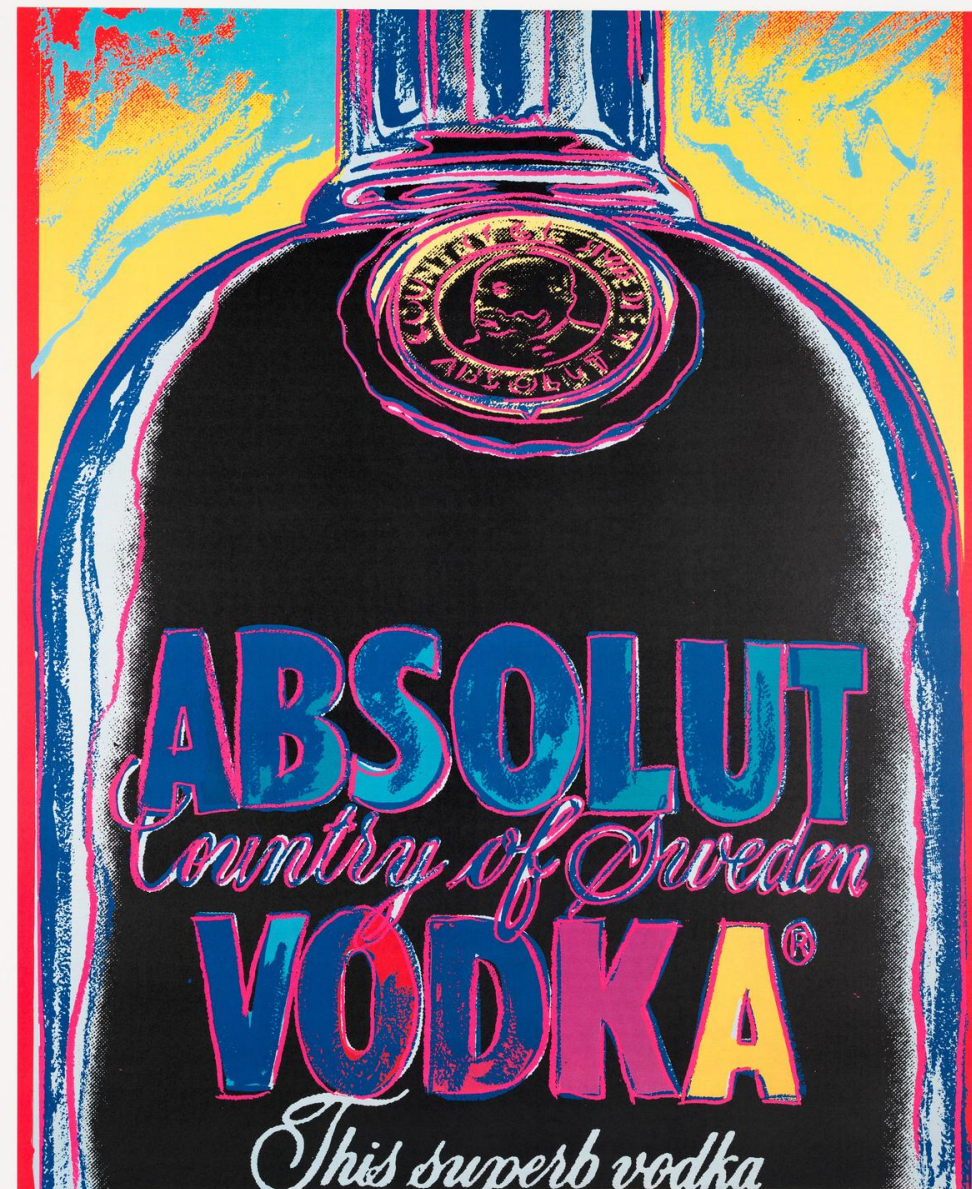
В 1985 году Энди Уорхол создал картину «Absolut Warhol» — первую из серии арт-работ, вдохновлённых бутылкой Absolut.

Это положило начало многолетнему проекту Absolut Art, в рамках которого бренд заказал более 850 работ у 600 художников со всего мира (Keith Haring, Damien Hirst, Romero Britto и др.)

**УОРХОЛ СКАЗАЛ ТОГДА:  
I LOVE THE BOTTLE, I WANT TO PAINT IT.**

\*На данный момент картина находится в Нью-Йоркском музее американского искусства Whitney

(Пока ещё находится — если вы понимаете, о чём мы. 🚚📄)



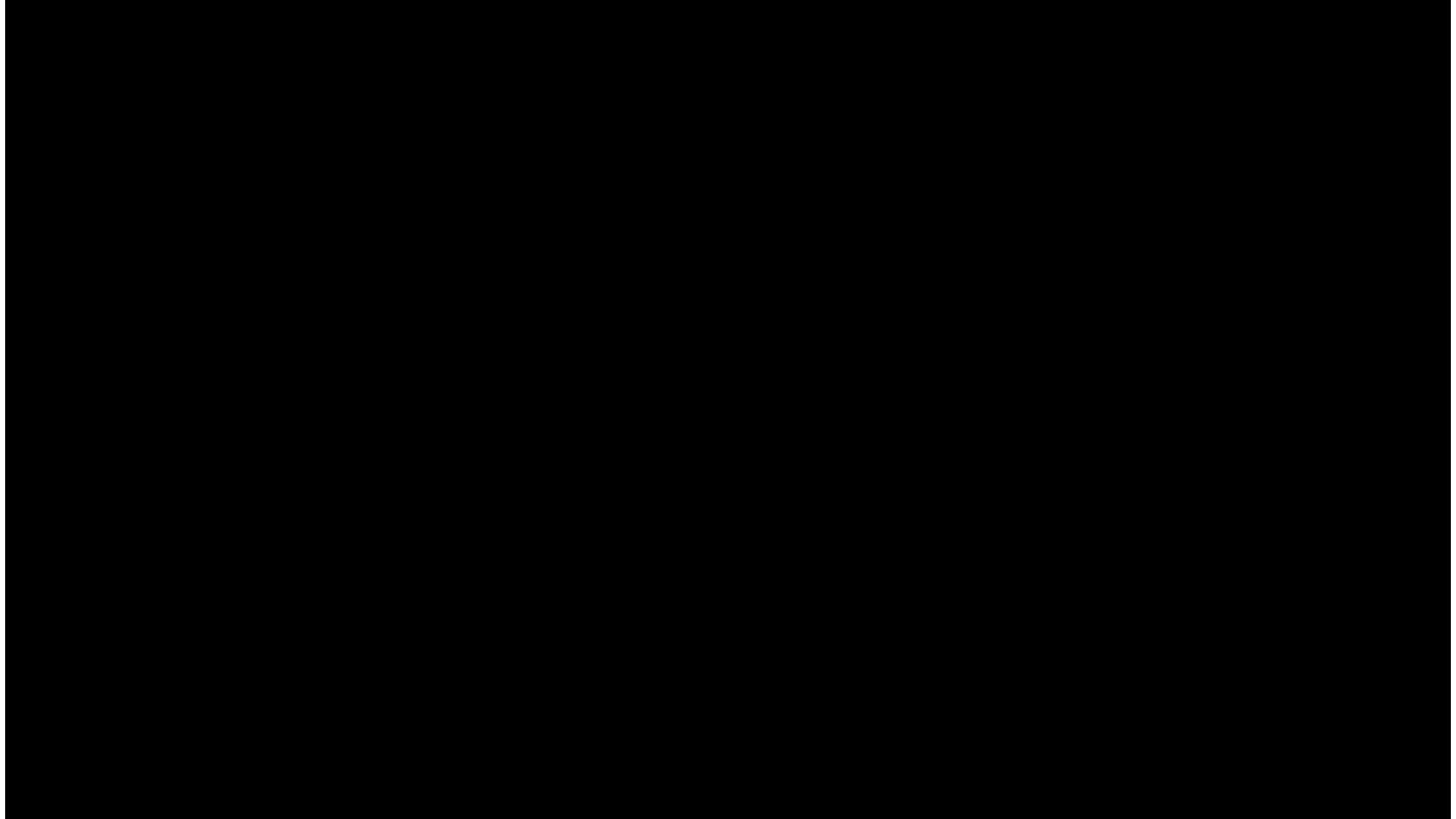
Andy Warhol



**BORN**



**TO MIX**

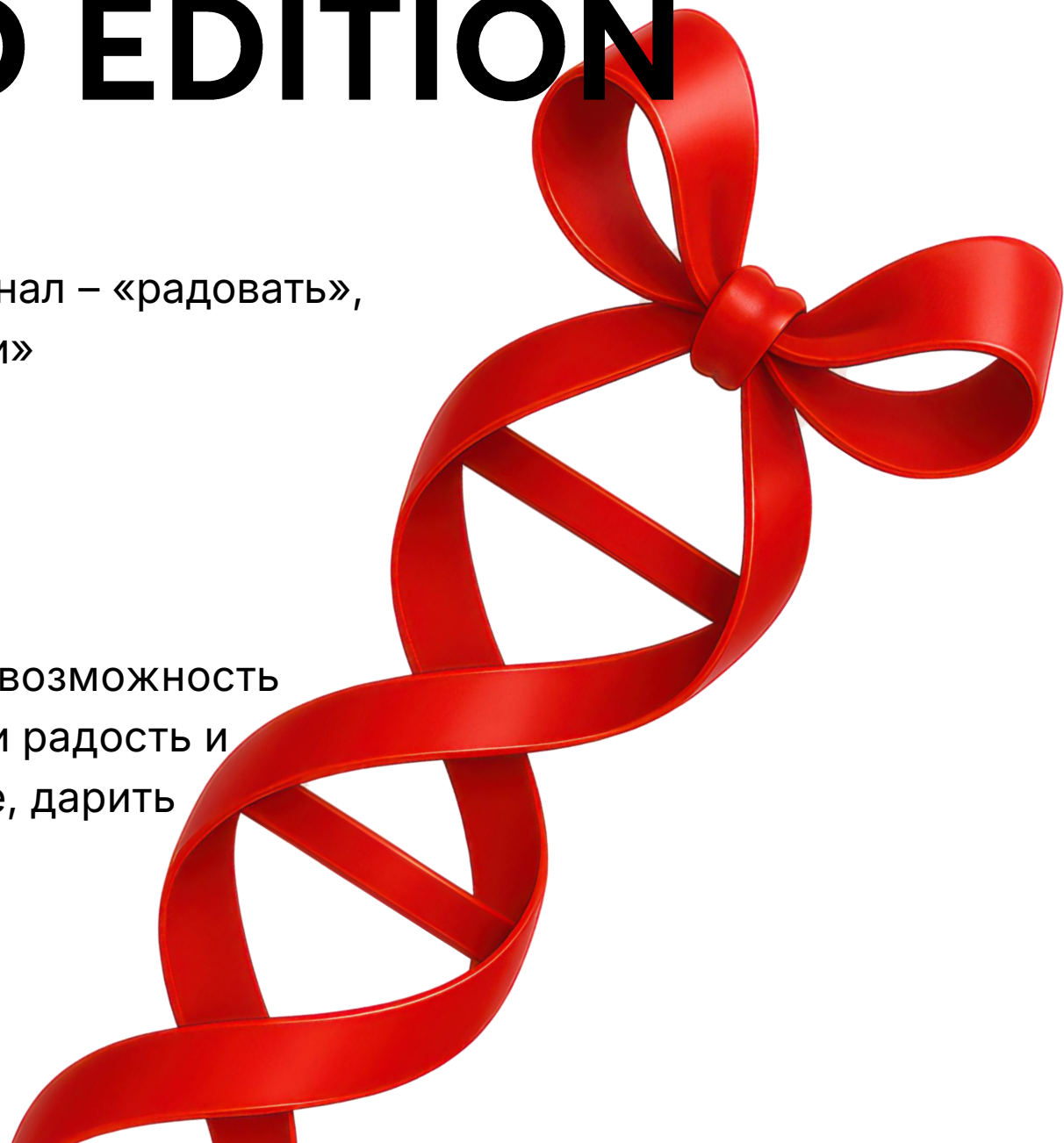


# ДНК & LIMITED EDITION

Один из геномов бренда Бульбашь имеет функционал – «радовать»,  
«привносить в жизнь маленькие приятные ништяки»



Новогодние праздники, приподнятое настроение, возможность  
быть менее консервативными, желание привнести радость и  
веселье в привычное, готовность пробовать новое, дарить  
подарки



# LIMITED EDITION BULBASH SINCE 2012

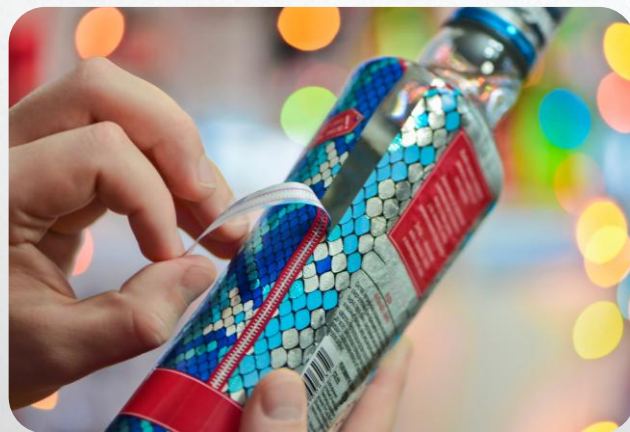


# BULBASH NANO

## LIMITED EDITION 2014

---

- Неординарное решение – термослив, двойная кожа на бутылке – к году змеи
- Необычно обыгран символ года
- Слишком сложная механика
- Дорогой продакшн
- Высокая цена на полке
- Тот момент когда хотелось воплотить все фишки – вышел перегруз смыслов



# БУЛЬБАШЪ

## LIMITED EDITION 2015

---

- Учтены ошибки прошлого – все просто и ярко
- Общее настроение продукта легкое, игривое
- Обыгран центральный элемент дизайна – круг (преемственность дизайна)
- В дизайне использован год – как следствие минимальные остатки на складах к следующему кануну Нового года превратятся в тыкву



# БУЛЬБАШЪ

## LIMITED EDITION 2016

---

- Максимально яркое и айс-стопперное решение
- Посыл – новогодняя игрушка
- Сложный и дорогой продакшн
- Высокая цена на полке



# БУЛЬБАШЪ

## ART EDITION 2018

---

- Многоуровневый проект в коллаборации с белорусскими художниками
- Слишком импрессионистично для целевой аудитории

В 2018 году мы решили обратить свое внимание на тему изобразительного искусства Беларуси в лице известнейших во всем мире художников, имеющих белорусские корни.

Над проектом работали молодые белорусские художники-студенты Белорусской Академии искусств. В своих произведениях они передали стили знаменитых мастеров изобразительного искусства Беларуси (Марк Шагал, Наполеон Орда, Эль Лисицкий, Питер Блум). Нам удалось создать нечто новое и уникальное: оригинальные картины с присутствием наших продуктов в различных видах и интерпретациях в продукте Бульбашъ Art Edition.



# БУЛЬБАШЪ

## ART EDITION 2018

---

- Многоуровневый проект в коллаборации с белорусскими художниками
- Слишком импрессионистично для целевой аудитории





# БУЛЬБАШЪ

## LIMITED EDITION 2019

---

- То же искусство, но более понятное
- Юмор и узнаваемые герои известного, на тот момент, художника Васи Ложкина
- С именитым художником вносить правки сложно и каждая правка ущемляет его чувства – большие риски срыва сроков



# БУЛЬБАШЪ

## LIMITED EDITION 2021

---

- Переосмысление самой первой лимитированной серии Калядная Зорка
- Ярко и смело
- Потребителя не испугал необычный дизайн традиционного бренда



# БУЛЬБАШЪ

## LIMITED EDITION 2022

---

- Мир захватила турбулентность – люди хотят умиротворения, тихих новогодних традиций
- Новогодний домик как символ тепла, уюта, якорь спокойствия
- Проверьте авторские права на изображения



Я не договорила!



# BULBASH WINTER EDITION 2023 В СВИТЕРЕ

В конце 2022 года наша традиционная Limited Edition получила развитие еще одним SKU – мы одели нашу бутылочку в угly свитер



# БУЛЬБАШЪ

## LIMITED EDITION

### 2024

---

- Красивый символ года – прекрасно лег на Limited Edition
- Попытка работать с фрилансером по важному проекту – риски срыва сроков



ЧЕРНОЕ УТРЕТЬ НЕ МОЖЕТ. ВРЕДНО ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ



# БУЛЬБАШЪ

## LIMITED EDITION

### 2025

---

- Поиски неординарных символов праздника (чтобы не елка, подарки и снежинки) – привел к фейерверку в городе
- Наш новый год 18+ (нет детскости в исполнении)
- Красивая реализация технологией силк-фоил





ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ЗДОРОВЬЮ

# НАШИ ВЫВОДЫ К 13-ЛЕТНЕМУ СТАЖУ РАБОТЫ С ЛИМИТИРОВАННЫМИ ЗАПУСКАМИ

- лимитированное издание должно иметь причину — юбилей, сотрудничество, тема, визуальный/арт аспект, праздник, турнир, чемпионат;
- Адекватный уровень ограничения: не “ограничено” слишком сильно, чтобы создать фрустрацию, но достаточно, чтобы вызвать ощущение эксклюзивности;
- Правильная коммуникация: подчёркивание «limited», история, сертификаты, упаковка;
- Совместимость брендов при коллаборациях: если два бренда сильно разнятся по имиджу, это может вызвать когнитивный диссонанс у потребителей или быть непонятыми;
- Контроль качества / внимание к деталям: лимитированное издание часто будет рассматриваться и критиковаться особенно тщательно (упаковка, отделка, логистика);
- Не злоупотреблять: если всё — лимитировано, то слово перестаёт значить что-то;



**New 2026 is coming**



# *Булбашъ*<sup>®</sup>

**Спасибо за внимание и помните, чрезмерное употребление  
алкоголя вредит здоровью!**

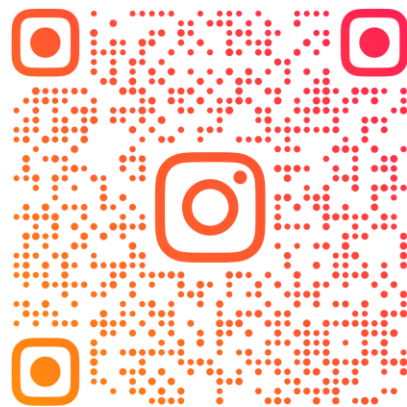
Alcohol companies: "Drink responsibly"





**Алина Жук**

Начальник отдела  
стратегического маркетинга  
ООО «Завод Бульбашъ»



EFIMOVA\_ALINA