

СМІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА  
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЖУРНАЛІСТИКИ  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю журналістики

**Кваліфікаційна робота**

на здобуття другого (магістерського) рівня вищої освіти

на тему:

**Комунікаційна стратегія бренд-блдингу ювелірної  
майстерні BJW (Brille Jean Workshop)**

**Терміни реалізації проєкту:**

початок 4 квітня 2022 р.

закінчення 4 липня 2022 р.

**Виконав**

студент магістратури

денної форми навчання

спеціальності 061 – журналістика

освітньо-професійної програми

«Журналістика та медіакомунікації»

Грищенко Віктор

**Керівник**

Доцент, кандидат філологічних наук

Шабліовський Володимир

Євгенович

## ЗМІСТ

<b>1. Загальні відомості.....</b>	.....
<b>2. Характеристики проекту.....</b>	.....
2.1. Ключові слова.....	.....
2.2. Реферат проекту.....	.....
2.3. Масштаб проекту.....	.....
2.4. Спрямованість проекту.....	.....
2.5. Ступінь новизни.....	.....
<b>3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва .....</b>	.....
3.1. Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення.....	.....
3.2. Календарний план виконання робіт за проектом.....	.....
3.3. Організація заходів.....	.....
<b>4. Очікувана ефективність проекту.....</b>	.....
4.1. Економічна ефективність проекту.....	.....
4.2. Соціальна ефективність проекту.....	.....
4.3. Інші види ефектів.....	.....
<b>5. Аналіз потенційних ризиків проекту.....</b>	.....
5.1. Основні фактори ризику проекту.....	.....
5.2. Управління ризиками.....	.....
<b>6. Загальні висновки.....</b>	.....
<b>6.1. Джерела, на основі яких сформовано проект</b>	
<b>7. Презентація проекту.....</b>	.....
<b>8. Додатки.....</b>	.....

## *1. Загальні відомості*

Ювелірна майстерня BJW (Brille Jean Workshop) - це ювелірна майстерня при ювелірному магазині BRILLIE JEAN, у якій професіонали ювелірної справи будуть виготовляти ексклюзивні дорогі прикраси під замовлення та навчати людей цьому тонкому ремеслу: 3D-моделювання прикрас на комп'ютері та їх живе виконання. Проєкт спрямований на український ринок, а точніше, його розвиток спочатку планується в Києві, а, в перспективі, по всій Україні. Майстерня спрямована на навчання людей віком від 16 до 35 років. Курси ювелірної справи проводяться для подальшої професійної діяльності зацікавлених осіб, які захоплені цим заняттям. Проєкт надасть змогу зрозуміти чи хоче людина стати ювеліром або вона обере інший кар'єрний шлях. Враховуючи те, що майстерня являється відгалуженням магазину BRILLIE JEAN, було вирішено додати частку «Workshop». Особливість назви «BRILLIE JEAN» полягає у тому що вона, дуже схожа на назву пісні Майкла Джексона «Billie Jean». Відсилання на неординарний стиль Майкла, а саме на рукавиці у яких він виступав. У нього було багато пар рукавиць та навіть по одній рукавиці без пари, які були повністю вкриті дорогоцінним камінням або кришталем Swarovski. Логотип був розроблений схожий на логотип магазину BRILLIE JEAN (для розуміння того, що майстерня – це відгалуження ювелірного магазину), але з меншою кількістю деталей та візерунків. Фірмовий колір був обраний фіолетовий, як і в фірмовому стилі ювелірного магазину. Цей колір є сильнодіючим кольором, що манить своєю загадковістю та містицизмом. Сильний і важливий, аристократичний благородний, він справляє незабутнє враження і передає дух натхнення, чуттєвості, романтизму, творчості, великих ідей. Якщо розглядати вплив фіолетового кольору на організм людини, то воно виявляється у благотворному впливі на судинну систему, фіолетовий колір заспокоює нервову систему, допомагає при запаленнях, нормалізує сон,

збільшує працездатність, а також, сприяючи розвитку мелатоніну, він допомагає омолодження організму людини. Фіолетовий колір має незрівнянний вплив на область почуттів, допомагаючи звільнитися від негативних емоцій та поганого настрою.

Для налагодження внутрішнього робочого процесу потрібно зробити інститутуалізацію комунікації колективу, адже без неї проєкт просто не зможе повноцінно функціонувати.

Для реалізації проєкту потрібно буде зареєструвати ТМ з метою уникнення проблем у разі реєстрації такої ж торговельної марки іншою особою. Також реєстрація буде проведена для того, щоб отримати право на вироблення продукції з фірмовим стилем BJW (мерч, друкована продукція, використання фавікону (див. додаток Г та Г.1) на сайті тощо).

Для легкості виконання робіт за проєктом, було створено піраміду бренду та споживача BJW (див. додаток Р), модель бренду (див. додаток С) та комунікаційну стратегію бренду (див. додаток Т).

Для розвитку проєкту будуть використовуватись такі канали комунікації, а саме, платформи: Facebook (див. додаток Д), Instagram (див. додаток Ж), YouTube (див. додаток З, З.2), Telegram.

## *2. Характеристики проєкту*

### **2.1. Ключові слова**

Комунікація, ювелірна справа, ювелірні прикраси, рукоділля, ремесло, тонка робота, дорогоцінний камінь, дорогоцінний метал, бренд, бренд-білдинг, курси ювеліра, ювелірний майстер, навчання.

### **2.2. Реферат проєкту**

- Назва проєкту «Brille Jean Workshop»
- **Мета проєкту** - це створення бренду ювелірної майстерні, де «все створено для людей», і яка займається навчанням персон захоплених

ювелірною справою та які мають бажання та амбіції професійно розвиватися в цій сфері.

**Завдання проєкту** – надати людям інформацію по проєкту та дати змогу зайнятися ювелірною справою; налагодити внутрішні та зовнішні процеси комунікації проєкту; розвинути проєкт по всій Україні для більшого охоплення аудиторії.

- Вирішення проблеми галузевого рівня – це поширення обізнаності аудиторії у сфері ювелірного ремесла та, нарешті, дати їм можливість займатись тим, чим вони хочуть, адже в Києві та й по всій Україні майже не має закладів, у яких можна займатися цим заняттям наживо з ювелірними майстрами (в основному, онлайн-курси).

- *Зміцнення зв'язків між наукою і виробництвом, створення умов для збереження, розвитку і використання вітчизняного науково-технічного потенціалу;* Після проходження курсу, особа може в подальшому й сама стати викладачем певного філіалу VJW (якщо розвиток проєкту дійде до регіонального рівня) навчати бажаючих ювелірному ремеслу, тим самими розвиваючи технічний потенціал цієї сфери.

- *Організаційні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва і/або соціальної сфери;* Враховуючи те, що після закінчення курсу, споживач в подальшому зможе сам повноцінно стати навчальним майстром, він тим самим може розвивати обізнаність інших людей про тонкощі ювелірної справи та про майстерню «Brille Jean Workshop».

- Термін реалізації проєкту: 4 місяці.

- Витрати на реалізацію проєкту – 8000-10.000\$

Строк окупності проєкту: близько 2 місяці.

- Фінансово-економічні показники:

*Стартові витрати:*

- реєстрація торговельної марки – 860\$
- косметичний ремонт приміщення – \$2000
- купівля обладнання - \$3000 - \$3400
- стартова закупівля матеріалу та розхідників – від \$3000 і вище.
- рекламні матеріали (логотип, візитки, сайт) – \$650
- оформлення документів – \$250

*Щомісячні витрати:*

-оренда приміщення – 35.кв.м. = мінімум 700\$ (від \$20 за 1 кв.м.) +  
Комунальні платежі.

- податки – податок на прибуток фізичних осіб 18%
- поповнення запасів матеріалів – від обсягу продажу
- реклама – \$200

заробітна плата співробітників базового курсу – 3 співробітника – 3000\$  
(кожному по 1000\$ в місяць).

заробітна плата співробітників на основі базового курсу – 3 співробітника –  
4.200\$ (кожному по 1400\$ в місяць).

заробітна плата 3D-дизайнерів – 3 співробітника – 3000\$ (кожному по 1000\$  
в місяць)

заробітна плата адміністраторів – 2 співробітника – 1300\$ (кожному по 650\$  
в місяць)

заробітна плата прибиральника(-ці) – 2 співробітника(-ці) – 600\$ (кожному(-  
ій) по 300\$ в місяць)

- Джерело фінансування проекту – власні кошти.
- Стислий перелік робіт та необхідні обсяги фінансування (ФІНАСОВО-  
ЕКОНОМ ПОКАЗНИКИ) (див. *Фінансово-економічні показники*);
- Оцінка ефективності проекту:
- економічний ефект - прогнозований термін окупності 5-6 місяців;

- соціальний ефект - на початку розвитку проекту буде задіяно 10 робочих місць: 3 майстра по базовому курсу, 3 майстра по просунутому курсу, 2 адміністратори, 2 прибиральниці. Сам виконавець проекту буде виступати на посаді менеджера деякий час, аби самому повністю вивчити процес управління проектом, щоб надалі, в перспективі, передати цю інформацію майбутньому менеджеру (іншій особі, яка не являється виконавцем проекту). Виходячи з потоку людей (клієнтів) та об'єму доходу з проекту, в майбутньому можливе підвищення заробітної плати співробітників.

Соціальний інститут позиціонує себе, як громада, яка зацікавлена у розвитку ювелірної сфери серед всієї України. Професія ювеліра – це не сама поширена спеціальність в Україні, тому проект спрямований на те, щоб максимально зацікавити оточуючих людей в ювелірному ремеслі та поширити їх обізнаність у цій сфері.

### **2.3. Масштаб проекту**

Розвиток та поширення проекту буде відбуватись на регіональному рівні, а саме, комунікація проекту буде впливати на споживачів по Києву, а, в подальшому, може й по всій Україні; галузевому рівні, а саме, проект буде сприяти розвитку та обізнаності в ювелірній сфері людей, які живуть в Києві (в подальшому, в Україні).

### **2.4. Спрямованість проекту**

Для більш продуктивного функціонування проекту, планується його поширення по всій Україні: відкриття нових філіалів у різних містах країни. Відповідно, відбудеться розширення персоналу, підвищення продуктивності праці, навчання більшої кількості споживачів, що тягне за собою поширення інформації про проект. Також потрібно буде шукати більше каналів постачання розхідників (металів, дорогоцінного каміння) або збільшувати кількість їх постачання. Також потрібно приділити увагу закупівлі технічних складових, таких як

## 2.5. Ступінь новизни.

Проект перевищує рівень організації справи у галузі та перевищує рівень вітчизняних аналогів за усіма показниками, адже не було знайдено та зазначено хоч однієї ювелірної майстерні при ювелірному магазині ні в Україні, ні за кордоном. Хоч і існують ювелірні школи/колледжі (є і приватні заняття з майстром, але не берем їх до уваги, так як, вони не конкурентоспроможні по відношенню до проекту ВJW), але всі ж вони ніяк не прив'язуються до якогось ювелірного магазину – ці заклади є самостійними. Також є онлайн-курси ювелірної справи, але проект ВJW спрямований на живу комунікацію людей та заняття в реальному часі. Проект є досить універсальним та унікальним в своєму роді.

## 3. Організаційний план розробки проекту та організації виробництва

### 3.1 Стан виконання робіт за проектом до моменту його схвалення

- |   |     |
|---|-----|
| - досліджено та обґрунтовано наукові аспекти                  | 40% |
| - досліджено та обґрунтовано технічні аспекти                 | 80% |
| - проведено теоретичні та експериментальні дослідження        | 70% |
| - розроблено технологію, ескізний і технічний проект          | 80% |
| - розроблено робочу документацію, створено дослідні зразки    | 0%  |
| - наявні необхідні права на об'єкти інтелектуальної власності | 0%  |
| - проведено соціальні дослідження                             | 0%  |
| - наявність матеріально-технічної бази                        | 0%  |
| - наявність необхідного персоналу                             | 0%  |
| - визначено та узгоджено фінансування проекту                 | 0%  |
| - визначено та узгоджено місце виконання проекту              | 0%  |

- інші види робіт

0%

### 3.2. Календарний план виконання робіт за проектом.

Всі етапи проведених робіт виконував студент Інституту журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2 курсу магістратури, «спеціальності журналістика та медіакомунікації» Грищенко Віктор.

№ п/п	Найменування робіт	Виконавець	Термін	Витрати, тис. гривень
1	Створення фірмового стилю	Грищенко Віктор	12-13.11.2021	0
2	Написання реферату проєкту	Грищенко Віктор	15-18.11.2021	0
3	Визначення масштабу проєкту	Грищенко Віктор	15-18.11.2021	0
4	Визначення спрямованості проєкту	Грищенко Віктор	15-18.11.2021	0
5	Проведення аналізу конкурентів	Грищенко Віктор	8-10.11.2021	0
6	Визначення соціальних мереж для просування проєкту	Грищенко Віктор	8-10.11.2021	0
7	Визначення факторів ризику проєкту	Грищенко Віктор	7-8.11.2021	0

8	Визначення факторів ризику проекту	Грищенко Віктор	7-8.11.2021	0
9	Визначення управління ризиками	Грищенко Віктор	7-8.11.2021	0
10	Визначення технічних засобів, які будуть використовуватися на підприємстві	Грищенко Віктор	15-16.11.2021	0
11	Визначення бюджету проекту	Грищенко Віктор	15-16.11.2021	0
12	Розробка піраміда бренду та споживача BJW	Грищенко Віктор	14.11.2021	0
13	Розробка моделі бренду BJW	Грищенко Віктор	14.11.2021	0
14	Розробка комунікаційної стратегії бренду	Грищенко Віктор	14.11.2021	0

### 3.3. Організація заходів.

- Для виготовлення продукції (прикрас) буде потрібен чи малий список устаткування: шліфмотор – апарат, який використовується для полірування різних типів металу (нікелі-хромових сплавів, кобальт-хромових сплавів і нержавіючої сталі), пластикових протезів, дентальних пластин і порцелянових зубів...він, в основному, застосовується в стоматології, але також широко використовується в ювелірній сфері;

галтівка - технологічний процес очищення та попередньої обробки поверхні твердих матеріалів. Застосовується для обробки каменів, а також невеликих

заготовок і деталей від окалини, задирок, формувальної землі, а також для покращення якості поверхні виробів – полірування;

вальці – інструмент, що використовують в ювелірному виробництві і який призначений для стиснення та згинання виробів, виготовлених із металу. Встановлюючи відстань між робочими органами таких вальців менше, ніж товщина чи інший розмір поперечного перерізу виробу, що обробляється, можна змінювати не тільки його початкову товщину, але також ширину та довжину;

ультразвукова ванна - це ванна/мийка, що використовує ефект кавітації в миючій рідині під впливом звуку високої частоти. Ультразвукове чищення прикрас дозволяє обійтися без трудовитрат і займає мінімум часу;

умивальник – для миття інструментів, тощо;

газовий балон для пальника та пальник – для обробки різних матеріалів, виробів...;

сейф – для зберігання ювелірних прикрас та інших цінностей;

бормашина - за допомогою бормащини можна обдирати та шліфувати камінь, скло, метал, деревину, та пластмасу, можна покращувати доробку виливків (готовий виріб, отриманий при заливанні рідкого матеріалу у ливарну форму), займатися виготовленням воскових моделей і навіть використовувати як молоток та токарний верстат.

Спеціальні інструменти: штихелі (застосовується для гравіювання), чекан (інструмент для карбування), шабери (інструмент для зняття з виробу дуже тонкого шару металу).

Пристрої для збирання відходів.

Вимірювальні інструменти: ваги, штангенциркуль, спеціальну масштабну лінійку, циркуль, кільцемір, пальцемір.

Інструменти для виготовлення прикрас: надфілі та напилки, плоскогубці та круглогубці, кусачки та ножиці, молотки та ковадла, волочильні дошки.

Також для комфортного робочого процесу потрібно буде орендувати приміщення розміром щонайменше 30 кв.м. з хорошою лінією електрики та водопроводу з каналізацією, тому що потрібно буде встановлювати раковину для проведення робіт. Можливо знадобиться шумоізоляція робочої зони, тому що виробництво ювелірних виробів це гучний процес. Але це залежить від самого приміщення: будуть сусіди по приміщенню ні. Знадобиться зробити косметичний ремонт приміщення для того, щоб клієнти відчували приємну атмосферу під час занять.

● Всі ювелірні майстри (6 персон на початку розвитку проєкту) повинні мати кваліфікацію мінімум 5-го розряду і володіти такими навичками як:

1) Виготовлення та ремонт високохудожніх зразків ювелірних виробів за макетами, зліпками, малюнками та ескізами художників та за власними розробками для індивідуального, дрібного та середньосерійного виробництва.

2) Монтування та ремонт особливо складних ювелірних виробів ручного виготовлення з дорогоцінних металів з дорогоцінним камінням.

3) Визначення (уточнення) розмірів елементів виробу та технології виконання робіт з його виготовлення.

4) Розмітка заготовок зразків виробу з урахуванням конструктивних та технологічних вимог виробництва з метою зручності виконання монтувальних, закріплювальних, полірувальних робіт, надійності замків.

5) Виготовлення моделей для лиття згідно з технічною документацією з високим ступенем точності конструктивних елементів.

6) Виготовлення каменерізних виробів із матеріалу твердістю 7 одиниць за шкалою Моосу вручну.

- 7) Виготовлення простих та середньої складності мозаїчних панно.
  - 8) Паяння накладної філіграні на вироби з площею філігранного візерунка понад 50 см<sup>2</sup>.
  - 9) Набір простих та середньої складності сканованих візерунків під прозору емаль.
  - 10) Виготовлення та набір на вироби або шаблон сканованих деталей та ажурної філіграні складної форми.
  - 11) Нанесення гравірованих візерунків різноманітних фасонів за кресленнями на поверхні ювелірних та художніх виробів із кольорових та дорогоцінних металів.
  - 12) Гравіювання до та після чорніння.
  - 13) Закріплення напівдорогоцінного та дорогоцінного каміння в глухий каст з гризантом (Оздоблення насічкою ободкового або глухого каста).
  - 14) Реставрація високохудожніх антикварних виробів із дорогоцінних металів.
  - 15) В'язка полотна ланцюжків типу "потрійна кордова", "комбінована якірна", "комбінована панцирна", "кулькова", "потрійна панцирна", "венеціанська" на ланцюгов'язальних автоматах. Виготовляє вручну ланцюжок із кольорових та дорогоцінних металів із круглих вушків розведених ("мотузочка") та перегнутих ("панцирний" ланцюжок), паяних ланцюгів із ланок із дорогоцінних металів.
  - 16) Розрахунок хімічного складу.
  - 17) Плавка брухту дорогоцінних металів відповідно до технічних вимог.
- В адміністраторів має бути досвід роботи мінімум 1 рік в буд-якому закладі.
- Прибиральники(-ці) повинні мати досвід мінімум 1 рік в буд-якому закладі.

В подальшому планується найм: маркетологів; піарщиків; менеджера (адже, на початку проєкту, в ролі менеджера буде виступати сам виконавець проєкту).

#### 4. Очікувана ефективність проєкту

##### 4.1. Економічна ефективність проєкту.

- економічна доцільність реалізації проєкту;

Проєкт може бути дуже вигідним для виконавця (інвестора), так як зацікавлені люди будуть платити не малу суму грошей за курси, а тривалість всіх курсів окремо складає 4 тижні. По прогнозам строк окупності доволі невеликий, тому проєкт є цілком рентабельним.

- Враховуючи ціни на курси, навіть якщо набереться 3 групи по 5 людей (з 10 можливих в одній групі) на два базових курси, враховуючи місячні витрати в сумі 10.000-12.000\$, витрати на запуск проєкту 8000-10.000\$, термін його окупності складає не більше двох місяців.

- Ціни на курси: Ювелірне лиття - базовий курс = 15 тис. грн.

Лиття сучасних матеріалів – на основі базового курсу = 25 тис. грн.

Ювелірне лиття органічного матеріалу – на основі базового курсу = 25 тис. грн.

Виготовлення гумових прес-форм для масового виробництва - базовий курс = 15 тис. грн.

Виготовлення нестандартних гумових-прес форм із застосуванням складних полімерів = 15 тис. грн.

Монтаж літєвих напівфабрикатів відкритим полум'ям = 15 тис. грн.

Курс 3D-моделювання ювелірних виробів у програмі Rhinoceros = 10 тис. грн.

Враховуючи ціни, навіть якщо набереться 3 групи по 5 людей (з 10 можливих в одній групі) на два базових курси, враховуючи місячні витрати в сумі

10.000\$, витрати на запуск проєкту 8000-10.000\$, термін його окупності складає не більше двох місяців.

- Прибутковість проєкту – від 14.500\$ до 76.200-80.200\$ чистого прибутку. В залежності від кількості споживачів та вартості курсу, на якому вони навчаються, чистий прибуток може варіюватися.

#### 4.2. Соціальна ефективність проєкту.

Соціальна спрямованість проєкту полягає у поширенні інформації, відомостей про ювелірну справу серед киянів (в подальшому громадян всієї України), відповідно, підняття їх загального рівня.

### 5. Аналіз потенційних ризиків проєкту

#### 5.1. Основні фактори ризику проєкту.

- До ризиків, що відносяться до загальної соціально-економічної ситуації відноситься нестабільність політичної ситуації, заходи державного впливу у сфері оподаткування, ціноутворення. Події в Україні можуть бути несподіваними та не відомо в який момент, що може статися та піти не так. Враховуючи епідемію COVID-19, не завжди можна спрогнозувати, яка буде ситуація у всьому світі в подальшому. Тому деякі чинники можуть зачепити і ювелірну сферу. Але прогноз такий, що і значимість і ймовірність на середньо-низькому рівні, адже глобальних змін не повинно відбутися по прогнозам.

Також до соціально-економічного фактору відноситься і такий тип ризику, як загальний економічний спад/інфляція. З року в рік постійна нестабільність валюти, яка може відбити чималу кількість клієнтів, але все ж таки знайдуться люди, яких ця проблема не буде сильно чіпляти та вони все одно, не зважаючи на неї, будуть купувати послуги (курси) майстерні.

- До виробничих ризиків відносяться такі типи ризику, як підвищення поточних витрат значимість якого значна та його ймовірність допускається середня, адже не відомо що повинно статися, що призведе до такої проблеми.

Зміна якості металів і каменів – це також значимий ризик. Хоча його ймовірність низька, якщо маєш стабільного постачальника.

Незацікавленість клієнтів у ювелірних курсах – це тип ризику, ймовірність якого середня, адже не відомо наскільки багато людей в Києві хочуть зайнятися цією справою та пов'язати з нею своє життя.

Відсутність кадрів – ймовірність цього ризику низька, адже заробітна плата майстрів вища за середню з.п. в Україні. Також адміністратори будуть отримувати трохи вищу зарплату ніж середня в Україні.

## 5.2. Управління ризиками

Перший тип ризику - нестабільність політичної ситуації, заходи державного впливу у сфері оподаткування, ціноутворення. Очікуваним наслідком такого ризику може бути спад обсягів продажу послуг та зміни податкового законодавства. З цієї ситуації можна знайти такий вихід: інформувати клієнтів щодо змін та нових умов роботи, ефективна комунікація, що спрямована на підвищення попиту. Люди повинні розуміти, що підвищення цін може бути через підвищення податків і це не є провиною ювелірної майстерні.

Другий тип ризику - загальний економічний спад/інфляція. Наслідком цього ризику являється зниження прибутку через зниження кількості клієнтів/ неспроможність клієнтів дозволити собі придбати послугу, зниження вартості послуги. Вихід тут приблизно такий самий, як у попередньому ризику: орієнтація на гнучку цінову політику, ефективна комунікація, що спрямована на підвищення попиту. Також треба шукати безоплатні шляхи комунікації, щоб якомога більше зекономити кошти.

Третій тип ризику - підвищення поточних витрат, негативним наслідком якого може бути зниження прибутку через зростання цін. Як можна пом'якшити це ? Заздалегідь визначити бюджет проекту, використати

більш дешеві/ безкоштовні каналів просування і таким чином зекономити кошти.

Четвертий - зміна якості металів і каменів. Цей ризик може завдати більше проблем. Очікуваний наслідок - погіршення виробництва або зменшення його обсягів через зниження якості металів/ каменів та незадоволеність клієнта якістю курсів, адже вони розраховують на навчання з дорогоцінним металом/каміннями (залежить від курсу). Як вийти з такої ситуації ? Шукати нового постачальника і повідомити споживачам про припинення використання неякісних металів/ каменів і розірвання співпраці з постачальником. У такому разі, клієнти зрозуміють, що ними дорожать і їх думка про майстерню лише покращиться.

П'ятий - незацікавленість клієнтів у ювелірних курсах. Цей ризик може призвести до критичних наслідків, адже на курси – це основа на якому будується проєкт. Якщо таке станеться, то потрібно буде максимально посилити рекламу, аби підвищити потік інформації по комунікаційним каналам.

Шостий - відсутність кадрів. Теж може завдати проблем, адже повноцінно функціонувати проєкт не зможе: ні кому буде навчати клієнтів. Вихід – знайти кваліфікаційного ювеліра на посаду ювелірного викладача.

#### *6. Загальні висновки*

Ювелірна майстерня як бізнес – це непоганий варіант, але лише за умови компетентності, відносного досвіду роботи в цьому сегменті ринку, до того ж бажання навчати людей ювелірному ремеслу, тим самим розширюючи їх кругозір. Цим заняттям не можна знехтувати – їм потрібно серйозно займатися. та поступово розвивати свою справу.

Проєкт може зіштовхнутися з серйозними ризиками, через які, можливо, навіть доведеться закрити його. Але не треба забувати про те, що BJK являється доволі таки інноваційним, тому викличе увагу та зацікавленість у багатьох людей.

Для того щоб, почати розвиток проекту, потрібно непогано вкластися: ремонт, оренда, постачальники і т.д., але, все ж таки, ВJW має дуже хороші фінансові перспективи.

*б.1. Джерела, на основі яких сформовано проект*

<https://i.factor.ua/journals/nibu/2020/may/issue-43/article-108705.html>

<http://biznes-club.com/biznes-idei/kak-otkryt-yvelirnyy-masterskyy.html#i-3>

<http://www.jewerly.com.ua/>

<https://maincream.com/ru/category/specials/15/uvelirnaa-masterskaa-yastrebgood-mood-fine-jewelry>

<https://jewelryart.education/>

[https://pidru4niki.com/1048030452762/ekonomika/formulyuvannya\\_meti\\_zavdan\\_proektu](https://pidru4niki.com/1048030452762/ekonomika/formulyuvannya_meti_zavdan_proektu)

<https://ua.trud.com/salary/2/4533.html>

<https://rabota.ua/zapros/%D1%8E%D0%B2%D0%B5%D0%BB%D0%B8%D1%80%D1%83%D0%BA%D1%80%D0%B0%D0%B8%D0%BD%D0%B0>

<https://poprofessii.in.ua/yuvelir>

<https://med-technika.com/uk/slifmotor-ax-j3>

<https://government.com.ua/nashi-hroshi/galtivka-shcho-tse-take-obrobka-detalej-do-blisku-abrazivnim-metodom.html>

<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/859596>

<https://lavka.biz.ua/oborudovanie-stanki-i-instrument/dlya-yuvelirov/rezka-gibkakovka/valtsy/>

<https://tvoi-uvelirr.ru/chto-takoe-yuvelirnye-valtsy-zachem-oni-nuzhny-i-kakova-ih-tsena/>

<https://stroy-podskazka.ru/valcevanie/yuvelirnye-valcy/>

<https://titan-ultrasonic.com.ua/juvelirnye-ultrazvukovye-vanny-i-mojki/>

<https://wire-ru.livejournal.com/570987.html>

<http://www.jewelleryforum.ru/viewtopic.php?t=2033>

<https://griffonsafes.com.ua/ru/safes-for-jewelry>

[https://typicaljeweler.com/news/kakuu\\_vibrat\\_bormashinu\\_masteru\\_uveliru/](https://typicaljeweler.com/news/kakuu_vibrat_bormashinu_masteru_uveliru/)  
<https://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/117462/%D0%9E%D1%82%D0%BB%D0%B8%D0%B2%D0%BA%D0%B0>  
<https://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/1683892>  
[https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD\\_\(%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A7%D0%B5%D0%BA%D0%B0%D0%BD_(%D0%B8%D0%BD%D1%81%D1%82%D1%80%D1%83%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D1%82))  
[https://sinref.ru/000\\_uchebniki/03400metalurg/008\\_izgotovlenie\\_i\\_remont\\_uvelirnih\\_izdeli\\_telesov\\_1986/037.htm](https://sinref.ru/000_uchebniki/03400metalurg/008_izgotovlenie_i_remont_uvelirnih_izdeli_telesov_1986/037.htm)  
<http://www.uvelir.ru/trimming/trimming3.html>  
<http://halytski-zolotari.ua/Instrument/Shabera-gz.html>  
<https://edunews.ru/professii/obzor/tvorcheskie/juvelir.html>  
<https://academycrafts.ru/info/articles/poluchit-professiyu--yuvelir--v-moskve-v-2018-godu/>  
<https://arterudit.ru/info/articles/kvalifikatsionnye-trebovaniya/yuvelir-1-6-razryad/>  
<https://galicismes.academic.ru/11735/%D0%B3%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%B0%D0%BD%D1%82>  
<https://www.work.ua/ru/salary-kyiv-%D1%83%D0%B1%D0%BE%D1%80%D1%89%D0%B8%D1%86%D0%B0/>  
<https://ua.trud.com/kiyiv/salary/12/3543.html>  
<https://zslombard.com.ua/ru/skolko-stoit-gramm-zolota-585-proby>  
<https://www.work.ua/ru/salary-kyiv-%D0%B0%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80/#:~:text=%D0%92%20%D1%81%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BD%D0%B5%D0%BC%20%C2%AB%D0%90%D0%B4%D0%BC%D0%B8%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%BE%D1%80%C2%BB%20%D0%B2%20%D0%9A%D0%B8%D0%B5%D0%B2%D0%B5%20%D0%B7%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%B1%D0%B0%D1%82%D1%8B%D0%B2%D0%B0%D0%B5%D1%82%2015000%20%D0%B3%D1%80%D0%BD.>

[https://destra.ua/tm/?gclid=CjwKCAiA1uKMBhAGEiwAxzvX9y9DmMx6LZcyf2N0VdLmLgAyzm8qB6L4rLH8sO7tDwmV6KKBZHwdVRoCnnlQAvD\\_BwE](https://destra.ua/tm/?gclid=CjwKCAiA1uKMBhAGEiwAxzvX9y9DmMx6LZcyf2N0VdLmLgAyzm8qB6L4rLH8sO7tDwmV6KKBZHwdVRoCnnlQAvD_BwE)

<https://rhino3d.com.ua/#about>

[https://e-shutova.com/blog/psihologiya\\_cveta\\_v\\_dizajne](https://e-shutova.com/blog/psihologiya_cveta_v_dizajne)

[https://www.canva.com/ru\\_ru/obuchenie/znachenie-cvetov-kak-primenit-v-dizajne-i-marketinge/](https://www.canva.com/ru_ru/obuchenie/znachenie-cvetov-kak-primenit-v-dizajne-i-marketinge/)

<https://nastroyvse.ru/programs/rating/chto-luchshe-whatsapp-viber-telegram.html>

<https://jewellerexpo.kiev.ua/>

## *7. Презентація проекту*

**Назва.** Враховуючи те, що майстерня являється відгалуженням магазину BRILLIE JEAN, було вирішено додати частку «Workshop». Особливість назви «BRILLIE JEAN» полягає у тому що вона, дуже схожа на назву пісні Майкла Джексона «Billie Jean». Відсилання на неординарний стиль Майкла, а саме на рукавиці у яких він виступав. У нього було багато пар рукавиць та навіть по одній рукавиці без пари, які були повністю вкриті дорогоцінним камінням або кришталем Swarovski.

**Логотип та колір.** Логотип був розроблений схожий на логотип магазину BRILLIE JEAN (див. додаток А) (для розуміння того, що майстерня – це відгалуження ювелірного магазину): якщо подивитись на нього, можна подумати, ніби дивишся на алмаз (або інший дорогоцінний камінь) зверху, але з меншою кількістю деталей та візерунків (див. додаток Б). Це й символізує ювелірну працю та розкіш. Фірмовий колір був обраний фіолетовий (див. додаток М, М.2), як і в фірмовому стилі ювелірного магазину. Цей колір є сильнодіючим кольором, що манить своєю загадковістю та містицизмом. Сильний і важливий, аристократичний благородний, він справляє незабутнє враження і передає дух натхнення, чуттєвості, романтизму, творчості, великих ідей. Якщо розглядати вплив фіолетового кольору на організм людини, то воно виявляється у благотворному впливі на судинну систему, фіолетовий колір заспокоює

нервову систему, допомагає при запаленнях, нормалізує сон, збільшує працездатність, а також, сприяючи розвитку мелатоніну, він допомагає омолодження організму людини. Фіолетовий колір має незрівнянний вплив на область почуттів, допомагаючи звільнитися від негативних емоцій та поганого настрою.

**Мерч та фірмова продукція.** Частиною фірмового стилю, звісно, виступає фірмова продукція, а саме: брелоки, футболки, чашки, чохли на телефон, кросс баді беги, стікери, магніти, блокноти, дощечки для документів, одноразові склянки тощо. Також до друкованої продукції відносяться візитки та бланки (див. додаток Л).

**Інновація фірмового стилю.** 2020-2021 рік – роки мінімалізму та стриманості дизайну. Саме мінімалізм сприяє легшому сприйняттю інформації та запам'ятовуванню контенту (в цьому випадку, фірмові візуальні інструменти бренду: логотип та шрифти) У фірмовому стилі BRILLIE JEAN WORKSHOP було дотримано аспекти мінімалізму, а саме, логотип та шрифти не мають елементів, які впадають в очі, кольорів лише два: білий та фіолетовий.

**Інноваційність проєкту.** Інноваційність полягає в тому, що він не має аналогів. В Україні, для того, щоб стати ювеліром, потрібно відучитись в академії/коледжі, а B JW пропонує бажаючим особам скоротити процес навчання та зробити його максимально продуктивним, без вивчення зайвої, непотрібної інформації. До того ж, в академіях та коледжах ювелірної справи, не навчають 3D-моделюванню. Тому споживач зможе розробити прикрасу, як у цифровому, так і в фізичному виді. Студент майстерні, після закінчення курсів, зможе проконсультуватися зі спеціалістами з приводу виставок, щоб почати свій кар'єрний шлях.

**Івенти.** Час від часу в майстерні будуть проводитись майстер-класи, які будуть проводити викладачі та спеціальні запрошені гості і які будуть розповідати про тонкощі роботи з металами, дорогоцінним камінням, виготовленням прикрас тощо. Також іноді будуть проводитись акції, а саме

розіграші сертифікатів на різні курси. Це доволі не слабо підживить інтерес споживача до придбання послуг VJW.

**Філософія/місія бренду.** Філософія бренду полягає у саморозвитку людини та її освоювання різних сфер (в цьому випадку, ювелірної). Людина повинна завжди тягнутися до ідеалу, постійно вдосконалюватися та бути різносторонньою. Слоган: *«Час – дорогоцінний ресурс. Ти теж можеш створювати дорогоцінний ресурс !»*. Тому місією бренду являється донести до споживача, що не потрібно сидіти на місці, адже час іде і в цей момент можна своїми руками творити дорогоцінні речі, постійно навчатись чомусь новому, бути продуктивним та доносити цей посил до інших людей.

**Цільова аудиторія.** Цільовими аудиторіями проєкту являються люди віком від 16 до 25 (школярі, студенти переважно чоловічої статі), які хочуть стати професіоналами ювелірного ремесла і пов'язати з ним своє майбутнє життя; персони віком від 26 до 40 років (працюючі особи переважно чоловічої статі, які можуть себе забезпечити) , які хочуть спробувати для себе щось нове, займатися виготовленням прикрас, як хоббі (а не обов'язково професійно); батьки школярів/студентів: самодостатні люди, які враховують бажання та вподобання своїх дітей . Щодо першої аудиторії, це такий, свого роду, перехідний вік, в якому потрібно виховувати в собі потяг до освоювання чогось нового. Ця молодша аудиторія, зазвичай, більш амбіціозна, ніж люди з другої. Такі персони мають велику можливість професійно навчитись ювелірній справі, щоб в подальшому, наприклад, демонструвати свої роботи на ювелірних виставках і таким чином будувати свою кар'єру. Щодо другої аудиторії, це люди, які, скоріше за все, вже знайшли своє місце в житті, але хочуть для себе пізнати щось нове, дізнатись (може навіть й не поглиблено) з чого складається процес виготовлення прикрас або хотіли навчитись цьому раніше, але не мали можливості через фінанси, час тощо. Щодо третьої аудиторії, це батьки, які хочуть надати своїй дитині надати можливість займатися тим, чим вона хоче або просто дати змогу спробувати щось нове.

**Канали комунікації.** Каналами комунікації будуть виступати Facebook (див. додаток Д) , Instagram (див. додаток Ж), Telegram, Viber, YouTube (див. додаток З, З.2) та електронна пошта (e-mail розсилка) (див. додаток П). На сьогоднішній день це самі популярні соц. мережі та месенджери в Україні (Twitter мало хто використовує). По електронній пошті та Viber будуть відтворюватися розсилки з наборами до груп, анонсами тощо. Telegram на сьогоднішній день – більше використовується, але є певний відсоток людей, який не хоче переходити з Viber на Telegram, тому були обрані обидва.

У Facebook та Instagram будуть виставлятися пости з інформацією про розвиток майстерні ВJW, його події, новини тощо (див. додаток Н), адже ці платформи дозволяють дуже інформативно подати контент: фото/відео, текст і т.п. Час від часу будуть проводитись прямі трансляції під час занять, майстер-класів – це дозволить наочно зрозуміти споживачам що відбувається в майстерні та зробити висновок: чи потрібно їм це. У Telegram також будуть інформаційні пости із посиланнями на соц. мережі та YouTube. На разі, Telegram, від частини, інтерпретує в собі можливості Facebook та Instagram, але у форматі месенджеру. YouTube канал буде використовуватися сумісний із магазином BRILLIE JEAN і на ньому будуть виставлятися пізнавальні відео самого процесу розробки та виготовлення ювелірних виробів, коментарі, поради, гайди від спеціалістів і також проводитись прямі трансляції.

**Основні меседжі для кожної ЦА.** Основна думка, яка буде доноситись для ЦА від 16 до 25 років та від 26 до 40 років: «Не затягуй, а займайся тим, чим ти хочеш вже зараз!». Цей меседж обрано для того, щоб об'єкт впливу розумів, що життя не вічне та потрібно знайти себе (якщо він ще не знайшов), встигнути зайнятись різносторонніми речами та створення ювелірних прикрас – не виключення.

Основний меседж, який буде спрямований на батьків: «Нехай ваша дитина самовдосконалюється. Ви же цього хочете?». Такий посил являється

сильним, адже він може визвати слабкий ефект тисняви своїм питанням «Ви же цього хочете?» і спонукати об'єкт впливу до дій. Начебто, тиснява це погана властивість, але немає нічого поганого у саморозвитку.

**Ідеї для реалізації ефективної комунікації.** Для продуктивної комунікації буде створена база даних з номерами, електронними поштами та ПІБами клієнтів для вдалої e-mail розсилки та розсилки по Viber і номеру телефона, щоб у листах було звернення до певної особи. У Facebook, Instagram та Telegram будуть регулярно поститися новини з приводу життя майстерні, посиленням на сайт та суміжні соц. мережі, наборами в групу, інформацією про курси, ціни, розіграші сертифікатів і т.п., щоб споживач міг зручно сприймати інформацію, економлячи при цьому свій час. У YouTube, Facebook та Instagram будуть проводитися прямі трансляції майстер класів, процесів виготовлення прикрас, щоб споживач міг хоч приблизно відчувати атмосферу і що собою являє ювелірна майстерня BJW.

**Медіапланування.** Комунікаційна стратегія буде здійснюватися за допомогою таких інструментів як: контекстна реклама (Google Ads). Оголошення будуть показуватися аудиторії, яка вже зацікавлена у продукті. Наприклад, якщо людина введе в пошуковий рядок «ювелірна майстерня», на перших позиціях у видачі буде посилання на майстерню BJW; таргетована реклама. Реклама для «холодної» аудиторії (аудиторія, яка не має високої зацікавленості до певного продукту/бренду), але ця аудиторія відповідає критеріям рекламної кампанії; відеореклама. Реклама в Instagram та Facebook, яка проскакує між «сторісами», яка буде показувати коротку інформацію про курси і кнопку «перейти до сайту»; SMS-розсилання, розсилання електронною поштою та на Viber із посиланнями на сайт та соціальні мережі, щоб людина одразу могла перейти туди, куди їй потрібно; SMM. Реклама у соціальних мережах: інформаційні пости, проведення конкурсів, опитування для підвищення впізнаваності бренду та залучення нових клієнтів; зовнішня

реклама. Вивіски із логотипами та назвою ювелірної майстерні (див. додаток В).

**Відстеження ефективності комунікації.** Це буде здійснюватися за допомогою сервісу Google Analytics, який буде відображати кількість користувачів, які перейшли за певним посиланням. Також ефективність буде вимірюватися за кількістю лайків, репостів інформаційних блоків у соціальних мережах та відео на YouTube. Самий основний показник – це кількість споживачів, які зацікавилися курсами та будуть їх купувати.

### **Фінансова складова.**

#### *Стартові витрати:*

- реєстрація торговельної марки – 860\$
- косметичний ремонт приміщення – \$2000
- купівля обладнання - \$3000 - \$3400
- стартова закупівля матеріалу та розхідників – від \$3000 і вище.
- рекламні матеріали (логотип, візитки, сайт) – \$650
- оформлення документів – \$250

#### *Щомісячні витрати:*

- оренда приміщення – 35.кв.м. = мінімум 700\$ (від \$20 за 1 кв.м.) + Комунальні платежі.
- податки – податок на прибуток фізичних осіб 18%
- поповнення запасів матеріалів – від обсягу продажу
- реклама – \$200
- заробітна плата співробітників базового курсу – 3 співробітника – 3000\$ (кожному по 1000\$ в місяць).
- заробітна плата співробітників на основі базового курсу – 3 співробітника – 4.200\$ (кожному по 1400\$ в місяць).

заробітна плата 3D-дизайнерів – 3 співробітника – 3000\$ (кожному по 1000\$ в місяць)

заробітна плата адміністраторів – 2 співробітника – 1300\$ (кожному по 650\$ в місяць)

заробітна плата прибиральника(-ці) – 2 співробітника(-ці) – 600\$ (кожному(-ій) по 300\$ в місяць)

Прибутковість проекту – від 14.500\$ до 76.200-80.200\$ чистого прибутку в місяць. В залежності від кількості споживачів та вартості курсу, на якому вони навчаються, чистий прибуток може варіюватися.

**Технічна складова комунікації.** До технічної складової входить така техніка: ноутбуки, планшети, смартфони, комп'ютери. З програм (софту) входять такі додатки як: Messenger, Facebook, Telegram, Viber, YouTube, iMessage, Google пошта (або будь-яка інша). За допомогою всіх цих складових буде відбуватись комунікація зі споживачем.

**Менеджмент проекту.** 1) Ініціація (старт проекту). Визначення суті та цілі проекту, формування підходящої під нього команди: менеджер проекту (виконавець проекту); маркетологи, які будуть досліджувати ринок і від яких буде надходити інформація з приводу можливих конкурентів та інших ризиків; SMMщики, які будуть займатися просуванням проекту в соц. мережах, IT-технолог (або технологи. Залежить від обсягу впливаючих задач), який буде займатися сайтом та його працездатністю, персонал ювелірної майстерні (адміністратори, майстри, 3D-модельєри).

2) Планування. Прописування всіх дій, які має здійснити команда для досягнення заданої мети: 1) Ремонт приміщення; 2) Закупівля та встановлення обладнання в приміщення; 3) Розвиток проекту в соц. мережах Instagram, Facebook, Telegram; 4) Оплата та розміщення контекстної, таргетованої реклами; 5) Розсилка по номеру телефона (SMS/iMessage), електронній пошті з пропозицією ознайомитись з майстернею та її послугами; 6) Замовлення зовнішньої реклами в поліграфії; 7) Встановлення

зовнішньої реклами; 8) Аналіз ефективності виконаних етапів; 9) Очікування клієнтів.

3) Виконання та контроль. Виконання поставлених завдань, контроль їх виконання, внесення до плану необхідних коригування. На етапі виконання, для полегшення перебігу процесів, можуть піти в хід такі інструменти як: делегування, тайм-менеджмент, матриця Ейзенхауера (оцінка конкретного завдання по параметрам важливості/терміновості і сортування списку справ за цим принципом) та викреслення справ (неважливих, які не є продуктивними в проєкті).

4) Завершення проєкту. Контрольна перевірка виконаної роботи та зберігання вихідних даних, задіяних інструкцій та регламентів для того, щоб навіть нова людина в команді змогла розібратися, що і як робили до неї.

**Перспективи розвитку проєкту.** На початку, старт проєкт буде лише в Києві, але, якщо інтерес до діяльності ВJW та фінансові показники піднімуться до певного рівня, проєкт має всі можливості розширитись по всій Україні, а саме відкрити мережу ювелірних майстерень.

## *8. Додатки*

### *Додаток А*

#### Логотип BRILLIE JEAN



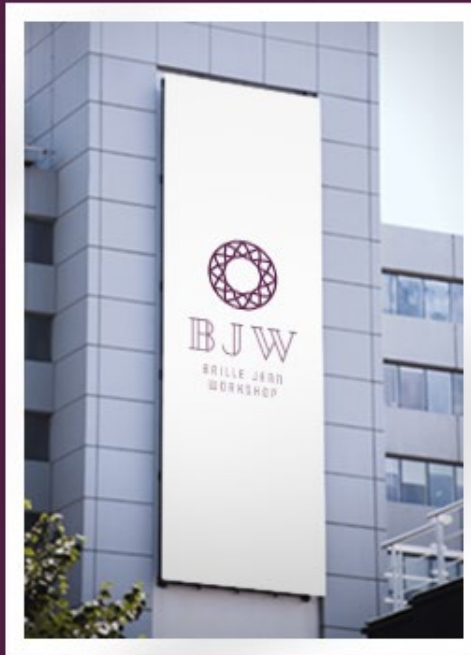
Додаток Б

Логотип BRILLIE JEAN WORKSHOP



Додаток В

Вивіска ВJW



## Додаток Г

### Фавікон ВJW на сайті



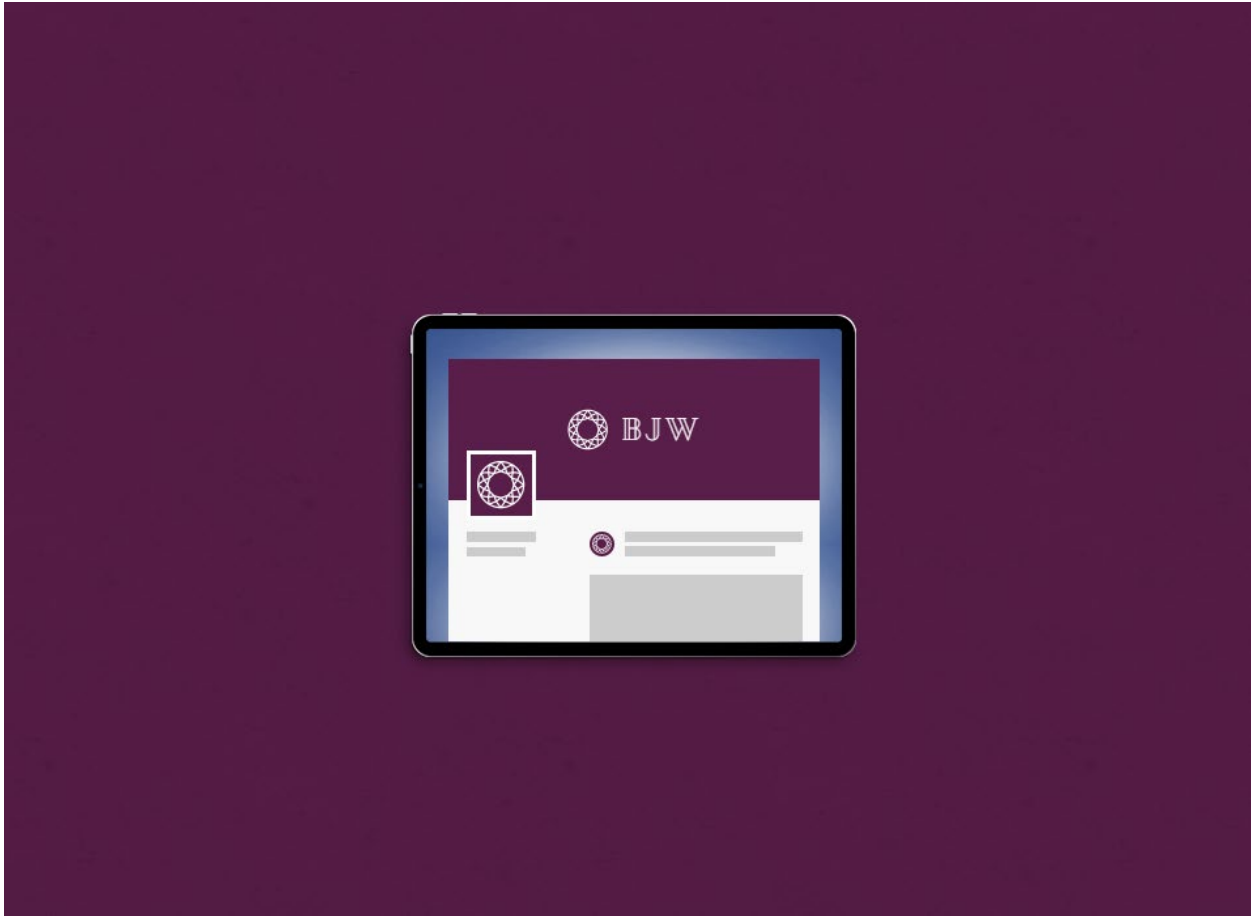
Додаток Г.1

Фавікон ВJW



## Додаток Д

### Приклад інтерфейсу в Facebook



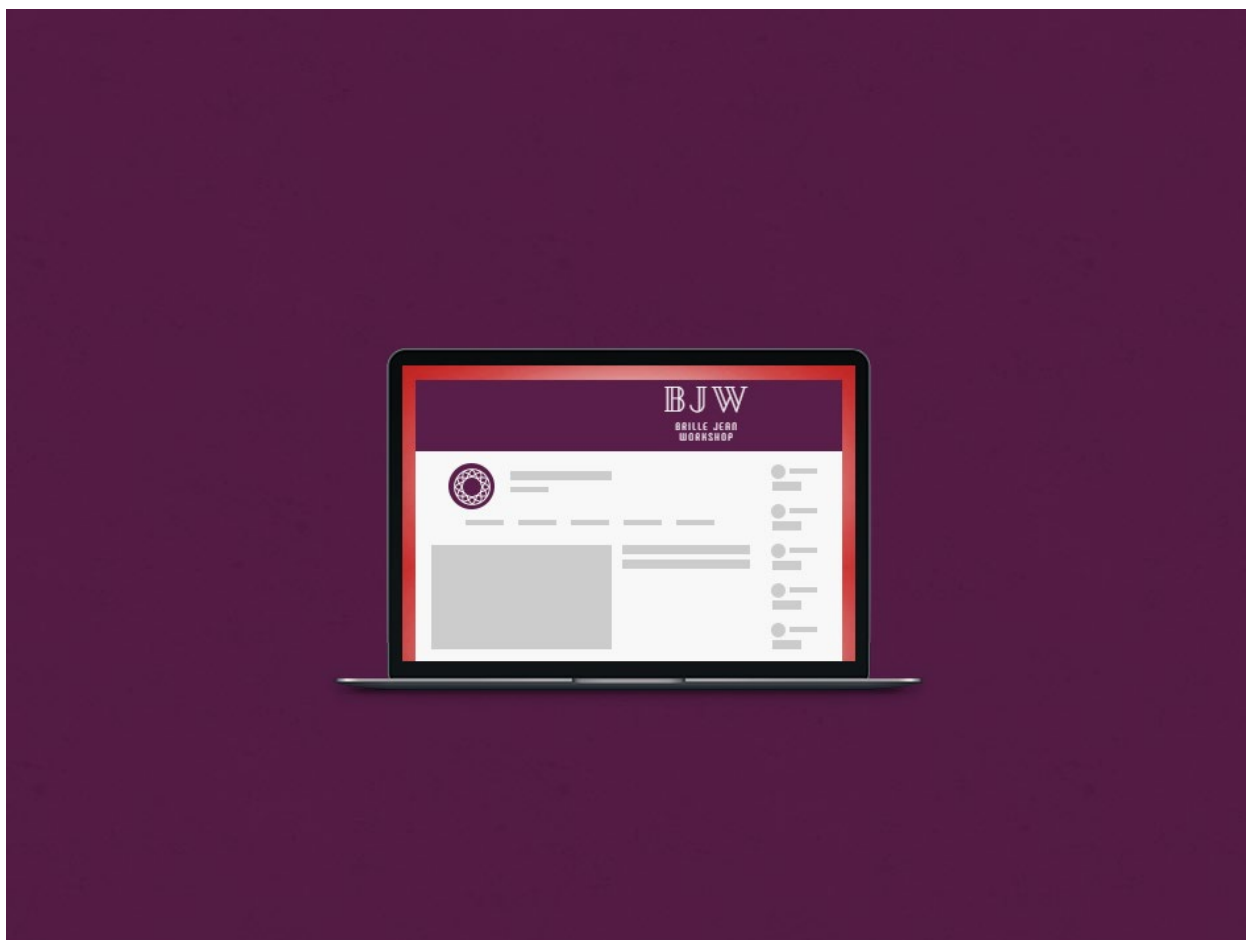
## Додаток Ж

### Приклад інтерфейсу в Instagram



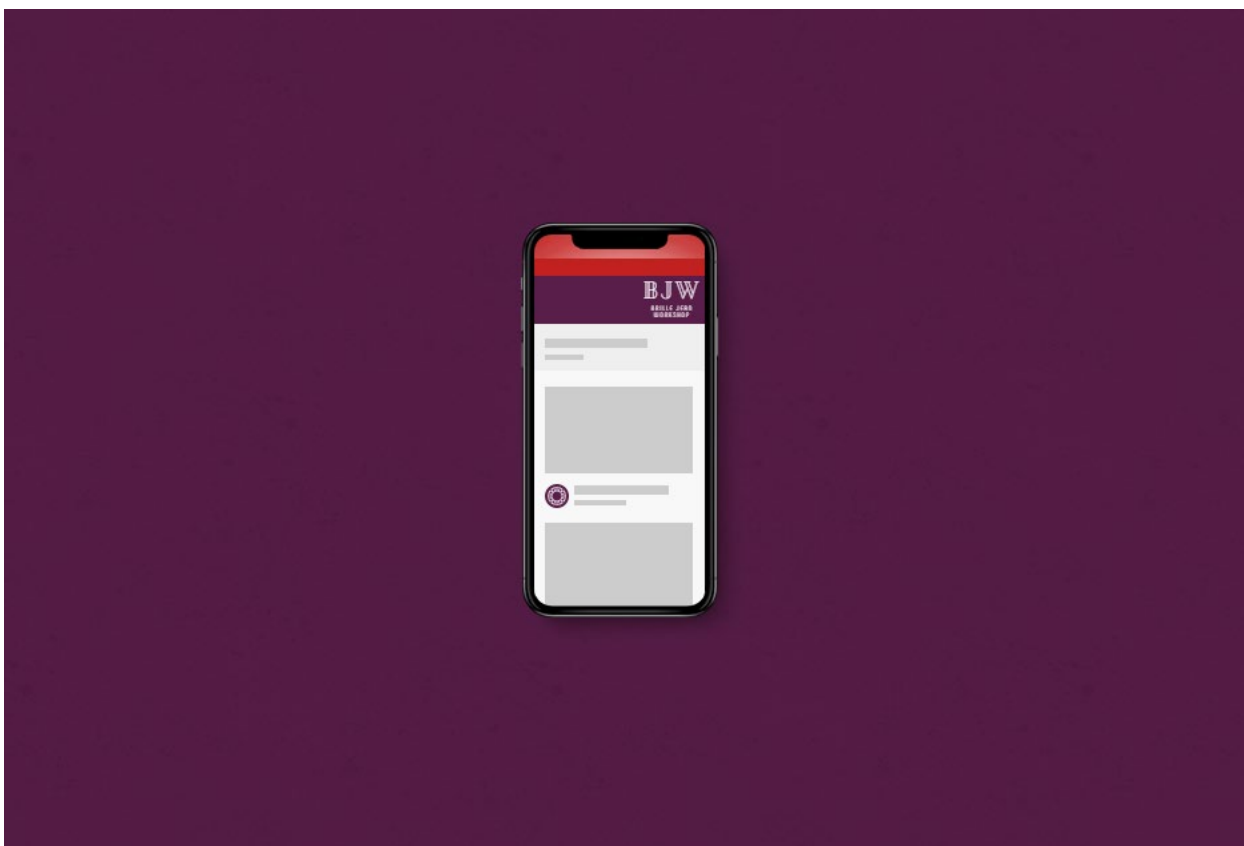
## Додаток 3

### Приклад інтерфейсу каналу на YouTube



## Додаток 3.2

### Приклад інтерфейсу каналу на YouTube на смартфоні



Додаток К

Приклади фірмової продукції (мерча)















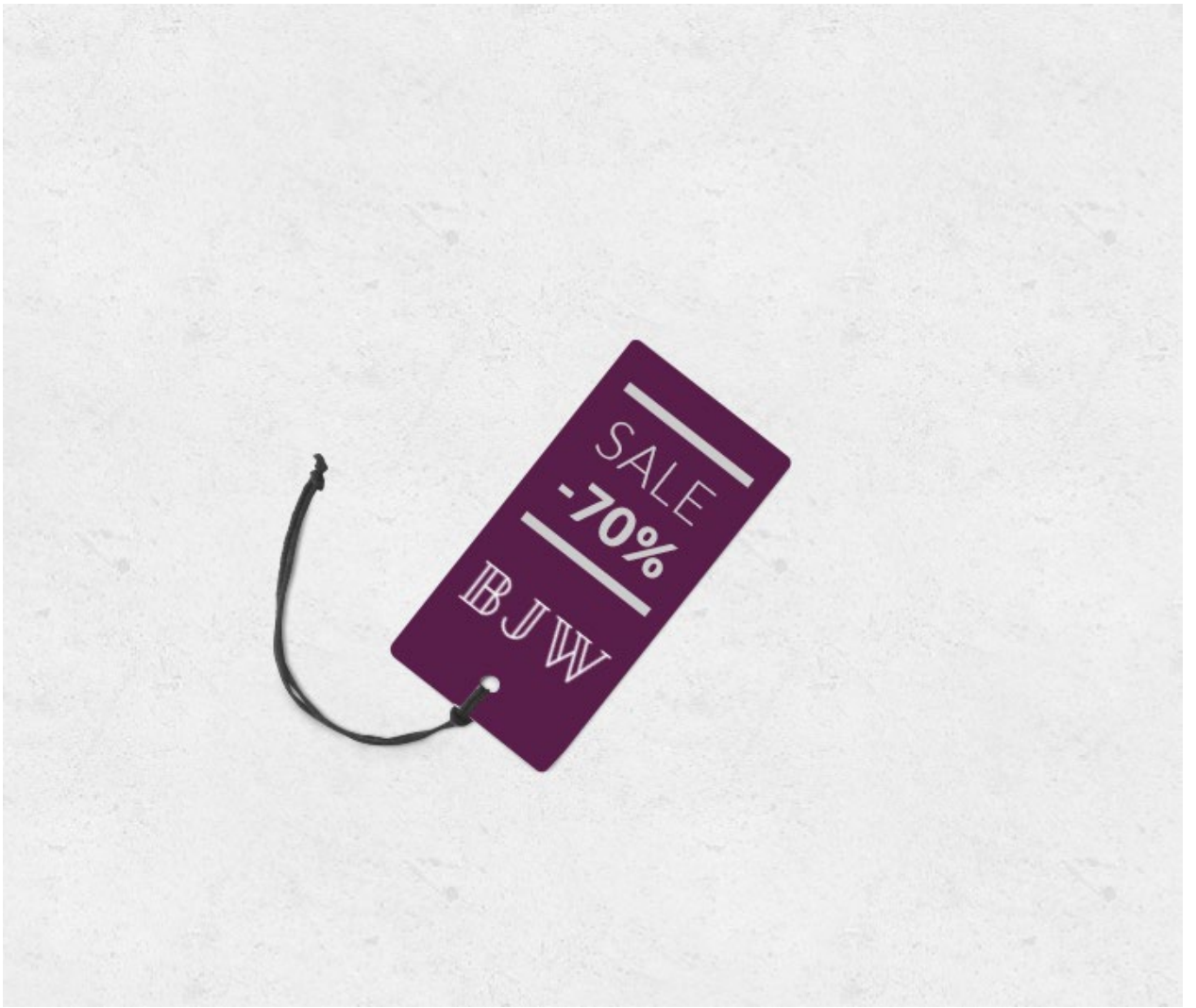












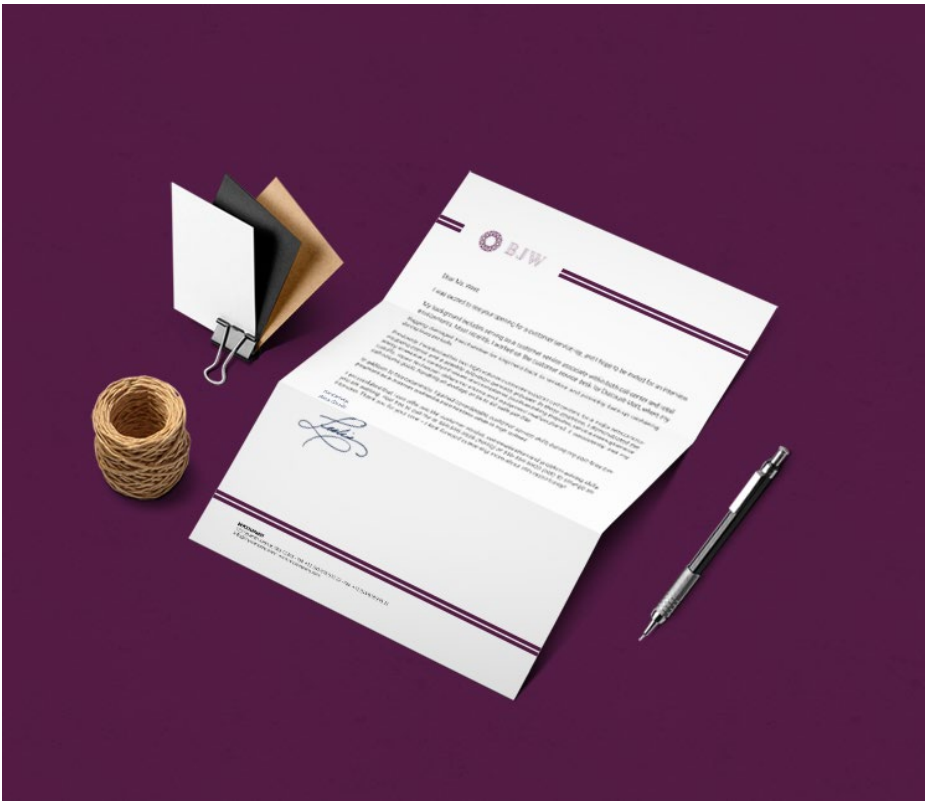




# Додаток Л

## Бланк та візитка







Лицевая сторона



Обратная сторона

Додаток М

Логотип із назвою (Білий на фіолетовому фоні)



## Додаток М.2

Логотип із назвою (Фіолетовий на білому фоні)



## Додаток Н

### Приклад інформаційного посту в Facebook/Instagram



#### Відкриття ювелірної майстерні BRILLIE JEAN WORKSHOP

Вітаємо всіх ! Нарешті, ми відкриваємось !!! Ми довго чекали цього моменту, вклали в це душу й саму позитивну енергетику і ми сподіваємося, що Ви також сильно раді цій події, як і ми. Ви можете відвідати нас в будь-який день тижня з 10:00 до 21:00 і проконсультуватися з приводу курсів та роботи майстерні. Будемо з великим нетерпінням чекати на вас.

А також БОНУС !!! В честь такої події, сьогодні О 19:00 буде проводитись розіграш трьох сертифікатів на безкоштовний базовий курс ювелірного лиття. Поспішайте до нас за адресою вул. \*\*\*\*\*14, щоб бути першим переможцем в нашій щедрій акції. Бажаємо Вам гарного дня !

## Додаток П

### Приклад е-mail розсилки

#### Відкриття ювелірної майстерні BRILLIE JEAN WORKSHOP



Доброго Вам дня!

Вас вітає ювелірна майстерня BRILLIE JEAN WORKSHOP.

Нарешті, ми відкриваємось !!! Ми довго чекали цього моменту, вклали в це душу й саму позитивну енергетику і ми сподіваємося, що Ви також сильно раді цій події, як і ми. Ви можете відвідати нас в будь-який день тижня з 10:00 до 21:00 і проконсультуватися з приводу курсів та роботи майстерні. Будемо з великим нетерпінням чекати на вас.

А також БОНУС !!! В честь такої події, сьогодні О 19:00 буде проводитись розіграш трьох сертифікатів на безкоштовний базовий курс ювелірного лиття. Поспішайте до нас за [адресою](#) вул. \*\*\*\*\*14, щоб бути першим переможцем в нашій щедрій акції. Бажаємо Вам гарного дня !

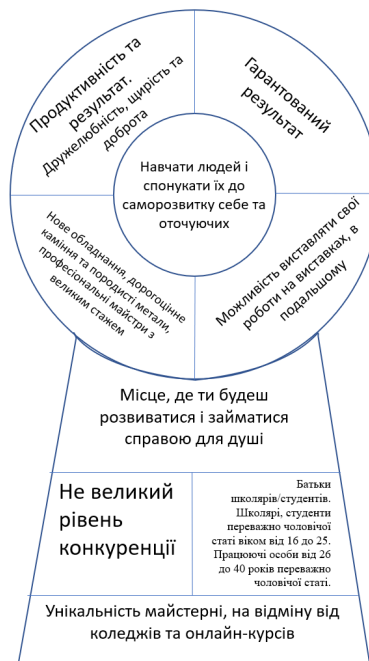
## Додаток Р

### Піраміда бренду та споживача ВJW



## Додаток С

### Модель бренду JFL



## Додаток Т

### Комунікаційна стратегія бренду

