

Что представляет собой торговая марка?

Рабочее название торговой марки “Настоящее” или для украинского рынка “Справжні речі”

Основная идея - объединить продукты созданные мастерами из натуральных, природных компонентов. Речь идёт не просто об эко, органическом и натуральном, а именно о том, что сделано мастерски с соблюдением соответствующих технологий, речь идёт о продуктах не просто удовлетворяющих вкус, но и дающих ощущение прилива сил.

Примерами таких продуктов являются: шоколад Цоттер, топленое масло гхи, эфиопский кофе, китайский чай, хлеб на закваске, японские благовония и другие.

Основная идея торговой марки - собрать такие “сильные” продукты под единым брендом чтобы познакомить людей, которые ищут Настоящее, с этими продуктами и помочь им найти всё необходимое в одном месте.

В рамки проекта в первую очередь входят продукты питания, но это не ограничивает перечень “настоящего”, также по мере развития будут добавляться и предметы обихода, мебели, одежды, аксессуары, инструменты изготовленные Мастерами.

История ТМ похожа на процесс созревания какого-то плода/фрукта - долгое время основатели в своей жизни искали сильные/настоящие вещи, людей, места, знания, ценности постепенно возникал круг общения единомышленников и уже в сформированном небольшом сообществе родился проект, который бы смог отразить это стремление к Настоящему во всём.

Уникальность и позиционирование продукта.

Основа уникальности - это проверенность выбранных продуктов на их “силу” и объединение сильных продуктов на одной площадке, это личный контакт команды проекта с Мастерами.

Для кого?

Позиционирование продуктов по сути - для людей, которые ищут и могут почувствовать разницу между сильными продуктами и просто натуральными. Потенциальный клиент не имеет какого-то определённого возраста или социального положения, только интерес к настоящим и сильным продуктам, предметам.

Позиционирование продуктов по цене - Средний+.

Основная целевая аудитория - это платежеспособная часть среди тех людей, что готовы ценить и культивировать Настоящее в своей жизни. Возраст 25 - 55 лет, мужчины и женщины. Достаток средний и выше. Как правило - это владельцы собственного бизнеса, производители своего продукта или услуги, мастера и профессионалы.

Основным каналом продаж планируется сделать интернет-магазин, но также будет и присутствие в крупных магазинах и на соответствующих или близких по духу мероприятиях.

Основные цели бренда

Сбор и формирование аудитории людей ценящих Настоящее, поддержка Мастеров, создание платформы помогающей Мастерам находить друг друга и создавать совместные проекты.

Ценности проекта

Главной ценностью бренда является чистота отбора Настоящего, бренд не преследует чисто коммерческих целей и поэтому будет максимально стойко держаться за действительно сильные продукты и Настоящих мастеров.

Для чего продукт нужен потребителю

Продукты проекта должны не просто давать клиентам удовлетворение от их использования, но и давать ощущение силы и настоящести.

ГДЕ?

Старт проекта - Украина, в перспективе - международный проект без ограничений.

Логотип

Пожелания к логотипу:

1. Надпись + рисунок
2. Рисунок должен отображать образ того как Мастер создаёт продукт или образ самого продукта, упрощённый до нескольких выразительных линий/элементов.

Логотип будет использоваться для брендинга упаковки, наклеек, пакетов и оформления веб-сайта.

Потребитель должен через образ и весь лого в целом почувствовать плотность и ненадуманность стоящую за брендом - только реальные люди и настоящие вещи.

Логотип необходим на трёх языках: Настоящее/Справжні речі/The real things

Пожелания по цветовой гамме: естественные природные цвета, сдержанные по тону и яркости.

Также полезным может быть уже выработанное видение по стандартам фото продуктов:

Вкусные и живые, фон - "жёсткий", безжизненный, суровый, малоцветный на котором не ожидаешь увидеть жизнь (бетон, металл как варианты), шероховатая фактура. Хорошо показать применение продукта, это обострит чувство вкуса. Например, заваренный кофе, масло, намазанное на хлеб или что-то в этом роде. Также усилит подача в настоящей посуде (ручная керамика, старинные металлические изделия вроде серебряных ложек поддержат нужное направление).

Референсы по фото (не относятся к логотипу):

<https://drive.google.com/drive/folders/1idLpM7gkM-dhTvTT3zQDeF1xLBRaVU9I?usp=sharing>

Также есть ориентир по цветовой гамме, на которую хотели бы ориентироваться на основе фото:



Ориентировались на семейства шрифтов: для заголовков шрифты с засечками Антиква, для подписей гротеск, но готовы рассмотреть и другие.

Задачи в проекте:

1. Разработка логотипа
2. Рекомендации цветовой гаммы, формы и материала упаковки
 - a. Чая, кофе
 - b. Специй
 - c. Масло в банках (рекомендации по цветам крышки и форме банки)
 - d. Продукты в коробках (необходим выбор цвета диз. картона)
 - e. И др.
3. Примеры применения лого на упаковке
 - a. на картонной упаковке для чая/кофе, ориентировочная форма:



- b. Наклейки для брендинга продуктов
 - i. Минимального размера (3x3 см) - просто маркер "Настоящее"
 - ii. 8x8 см (ориентировочно) - наклейка на упаковку чая, кофе, хлеб и др. с кратким описанием продукта
 - iii. Круглая диам 6 см на крышку банки с топлёным маслом
 - c. На картонной упаковке лого будет печататься шёлкотрафаретом - визуализация лого
4. Цветовая гамма сайта с примерами
- a. Основной текст
 - b. Заголовки
 - c. Кнопки, плашки
 - d. Фон
5. Визитка