

Текущий дизайн



Задачи

ТМ Прелесть Классик

Разработка 3-х вариантов концепт-дизайна упаковки на примере 2-х ассортиментных позиций (Лак для волос Прелесть Классик экстрасильная фиксация и Лак для волос Прелесть Классик сильная фиксация)

- Разработка стилистического образа и композиции
- Разработка системы идентификации видов линеек и продуктов внутри линеек
- Разработка зоны “клеймов” (потребительских преимуществ)

Адаптация концепции упаковки под конкретную единицу линейки (после согласования ассортимента и концепта в целом) – посчитать опционально.

На упаковке должно быть:

- Название ТМ
- Название продукта
- Название линейки
- Выделение ключевых УТП – чёткая фокусировка на клеймах

Лак для волос Экстрасильной фиксации, 4

Клеймы

- Экстрасильная фиксация 4
- Контроль укладки 24 ч.
- Безупречный объем

Лак для волос Сильной фиксации 3

Клеймы

- Сильная фиксация 3
- Контроль укладки 24 ч.
- Безупречный объем

Общая информация по Бренду:

НАПРАВЛЕНИЕ №2

ЦА	Женщины 30+, ядро ЦА 35-44
Ценовой сегмент	Низкий-высокий. Цена на полке 112-115 руб.
Функциональное обещание бренда	Надежная естественная фиксация. Мягкие волосы, легкое удаление при расчесывании
Эмоциональное обещание бренда	Мгновенно притягивает взгляды, ваши волосы в центре внимания. Уверенность в себе Когда у меня идеальная укладка, я знаю, что я могу достичь всего чего я захочу, я уверена в себе и своем успехе
Обещание бренда (УТП)	Универсальный стайлинг, работает во всех типах волос, чтобы создать и зафиксировать желаемую прическу для любого случая, оставляя ваши волосы чистыми, мягкими и блестящими. Равномерное распыление, естественным естественная фиксация, быстрое высыхание
RTB	Полувековой опыт в производстве продукции для укладки волос Сочетание опыта и современных технологий со знанием самых актуальных тенденций способствуют предложению разнообразных продуктов для создания различных образов
Характер бренда	Классический
Ассортимент бренда	Под маркой планируется выпуск средств для укладки волос, лаки, муссы

Референсы



