



Лидер рынка
в новом дизайне упаковки



Из презентации вы узнаете:



- 📌 Почему мы решили изменить дизайн упаковки

- 📌 Как, опираясь на маркетинговые исследования, создавался новый дизайн




- 📌 Как изменилась упаковка и для чего нужны новые графические и текстовые элементы

А так же каково восприятие нового дизайна упаковки целевой аудиторией,
и НОВЫХ РЫНОЧНЫХ ВОЗМОЖНОСТЯХ,
открывающихся перед вами.



Почему мы решили изменить дизайн упаковки?

Комплексное маркетинговое исследование показало: **существующий дизайн неоднозначно воспринимается целевой аудиторией:**

-  уровень восприятия дизайна упаковки в разных возрастных группах неодинаковый: в возрастной группе 50+ высокая лояльность, **в группах 18-35 и 35-50 - лояльность низкая;**
-  не достаточно поддерживает важные характеристики для ТМ;
-  слабо поддерживает позиционирование ТМ в **высоком ценовом сегменте.**



Выявленные замечания показали существующий потенциал увеличения продаж
ТМ СЕКС БАРЬЕР
и определили задачи на его ре-дизайн



Задачи нового дизайна:

- 📌 **Сохранить лояльность** в возрастной группе 50+, усилить эмоциональные составляющие: решение проблемы, доверие, польза.
- 📌 **Создать привлекательность** упаковки для молодой и средневозрастной аудитории по характеристикам: уникальность, современность, эффективность, безопасность.
- 📌 **Сформировать имидж** препарата высокого ценового сегмента

Был проведен комплекс работ по созданию концепций нового дизайна, проведен комплекс маркетинговых исследований (интернет, фокус-группы, полевые исследования), в ходе которых была определена

новая концепция ТМ СЕКС БАРЬЕР



Новый дизайн СЕКС БАРЬЕР

Капельная форма





Новый дизайн СЕКС БАРЬЕР

Таблетированная форма





Как изменился логотип?

Новый логотип СЕКС БАРЬЕР состоит из текстового блока, цветных элементов и графического изображения:



- **Текстовый блок логотипа стал крупным**, более читаемым. Контраст белого шрифта на глубоком синем фоне акцентирует внимание на названии препарата и благоприятно влияет на запоминаемость. Сочетание шрифтов одновременно подчеркивает мягкость действия препарата и уверенный результат от его применения.



- **Цветовое решение** логотипа основано на классическом сочетании благородного синего цвета с белым, что формирует у покупателя **доверие к препарату**, понимание подлинности и **принадлежности к высокому ценовому сегменту**.



- **Элемент «перышко» отражает мягкость действия бигормонального препарата** в сравнении с моногормональным, воспринимается покупателем как обозначение средства с мягким физиологичным действием.
- **Фольгирование выигрышно подчеркивает логотип**, выделяя препарат на полке за счет контрастности и световых бликов, формирует у покупателя образ высококачественного и эффективного препарата **высокого ценового сегмента**.
- **Применение рельефных элементов** в логотипе позволило задействовать тактильные ощущение при контакте покупателя с упаковкой.



Новые элементы на упаковке:



Элемент «с оливковым маслом»: оливковое масло в основе препарата является показателем высокого качества, безопасности и принадлежности к препаратам премиального уровня.



Изображение животного – выстраивает особую коммуникацию с покупателем через образ питомца, представляет ожидаемый результат от применения препарата, помогает быстро подобрать препарат по виду и полу животного.



На лицевую сторону упаковки вынесена **информация о составе и объеме препарата**, что, по результатам исследований, положительно воспринимается целевой аудиторией – вызывает большее доверие к препарату.



Элемент «для регуляции половой охоты» - стал более читаемым, чтобы продавец и потребитель мог быстро и безошибочно определить на полке препарат, способный решить нужную проблематику.





Новые элементы на упаковке:



Элемент «капля» и «таблетка» – графические изображения, которые помогают быстро и легко выбрать удобную покупателю форму выпуска препарата.



Текстовый блок «бигормональный контрацептивный препарат» в трех местах размещен на упаковке чтобы информировать покупателя об инновационной запатентованной разработке производителя, позволяющей в десятки раз снизить концентрацию гормонов в препарате и сделать процесс регуляции половой охоты более безопасным и физиологичным.





Новые элементы на упаковке:



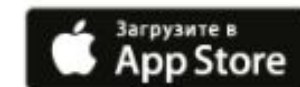
Элемент «приложение»: мы создали удобное мобильное приложение для того, чтобы владелец мог правильно и своевременно применять препарат, и разместили информацию об этом на упаковке.

Приложение ТМ СЕКС БАРЬЕР:

- Подбирает рекомендованную дозу препарата для каждого домашнего животного индивидуально
- Своевременно оповещает владельца о необходимости дачи препарата
- Предоставляет возможность получать консультации специалиста по применению препарата

Инновационное техническое решение поможет обеспечить необходимую эффективность и безопасность применения препарата. Приложение будет привлекательно для молодых владельцев домашних животных –

новых покупателей ТМ СЕКС БАРЬЕР





5 преимуществ нового дизайна упаковки:

1. Обновленный дизайн отвечает всем параметрам современной упаковки товара высокого ценового сегмента, привлекателен для всех возрастных групп целевой аудитории.
2. Сохранена стилистика бренда, постоянные покупатели без труда смогут найти на полке любимившийся им препарат.
3. Упаковка стала более информативной, чтобы продавцам и покупателям было проще подобрать необходимое решение для регуляции половой охоты животного.
4. Материалы и исполнение упаковки ассоциируется у потребителя с высоким уровнем качества и премиальностью препарата.
5. Оригинальные дизайнерские решения и качественно новое исполнение дизайна упаковки выгодно выделяет ТМ СЕКС БАРЬЕР на полке.



Новый дизайн упаковки ТМ СЕКС БАРЬЕР **узнаваем** постоянными покупателями,
привлекателен для новых, позиционирует торговую марку
в **ВЫСОКОМ** ценовом сегменте!



Ключевые аспекты презентации:




- Обновлению дизайна упаковки ТМ СЕКС БАРЬЕР предшествовала масштабная аналитическая работа, итогом которой стала концепция дизайна, в наибольшей степени привлекательная для потребителей всех возрастных групп.
- Новая концепция активно отражает ключевые характеристики торговой марки – современность, соответствие высокому ценовому сегменту, эффективность, безопасность.
- Упаковка препарата СЕКС БАРЬЕР сохранила узнаваемый стиль и стала современной, информативной и привлекательной. Новые графические и текстовые элементы выстраивают понятную и позитивную коммуникацию с покупателем, а мобильное приложение будет способствовать увеличению количества лояльных клиентов.





Лидер рынка в новом дизайне упаковки!

За 20 лет ТМ СЕКС БАРЬЕР прошла путь от нового, незнакомого покупателю продукта, до лидера по объему сбыта в сегменте контрацептивных препаратов на территории РФ.

-  Сочетание высокого качества и эффективного биогормонального состава, оказывающего мягкое действие на организм домашних животных обеспечивает стабильно высокий спрос на препарат.
-  Появление новой упаковки, продиктованное потребностями целевой аудитории, поднимет продажи ТМ на новый уровень за счет увеличения спроса среди наиболее платежеспособных возрастных групп потребителей.
-  Обновленный дизайн увеличит количество покупателей, а стабильное качество препарата сделает их вашими постоянными клиентами!