

BRIEF KREATYWNY - NOWA MARKA MLEKA

Tło projektu

Mleko oraz jego przetwory należą do najbardziej wszechstronnych produktów pod względem wartości odżywczej. Mleko jest niezbędnym i jednym z najbardziej wartościowych składników codziennej diety oraz najlepszym i najtańszym źródłem wapnia. Niski poziom wapnia w diecie człowieka może prowadzić do poważnych konsekwencji zdrowotnych. Ten makroelement powinien być obecny w diecie przez całe życie, tak, aby organizm nie musiał zużywać wcześniej zmagazynowanych zapasów własnych. Reakcją organizmu na obniżony poziom wapnia jest pobieranie go z kości, które stają się cieńsze i słabsze. Należy pamiętać, że jedynie odpowiednia zawartość wapnia w diecie stanowi skuteczne zabezpieczenie przed wystąpieniem osteoporozy w wieku starszym. Badania dowodzą również, że odpowiednia zawartość wapnia w diecie pomaga zwalczać nadwagę oraz zmniejsza ryzyko wystąpienia cukrzycy, zawału serca i udaru mózgu.

Nasz produkt

Firma XXX zdecydowała się na wprowadzenie na rynek nowego mleka UHT wzbogaconego wapniem. Posiada ono wszystkie korzyści tradycyjnego mleka UHT – jest zdrowe, czyste, pełne wartości odżywczych i trwałe. Wartością dodaną jest zwiększona o 40% dawka łatwo przyswajalnego wapnia. Pijąc codziennie bogate w wapń mleko będziemy dłużej cieszyć się zdrowiem. Nasze kości będą silne i łatwiej nam będzie uniknąć niebezpiecznych chorób cywilizacyjnych takich jak cukrzyca, otyłość czy nadciśnienie. Nowy produkt dostępny będzie w kartonach 1 l o zawartości tłuszczu 0,5%, 2% i 3,2%.

Korzyści racjonalne

- Dodatkowa dawka wapnia
- Zdrowie
- Trwałość



Korzyści emocjonalne

- Dbasz o właściwe odżywianie siebie i swoich bliskich, dzięki temu jesteś zdrowy i możesz w pełni cieszyć się życiem!

Grupa docelowa

- Kobiety 25-45 lat
- Dochód: średni +
- Wykształcenie: średnie +
- Miejsce zamieszkania: średnie i duże miasta
- Psychografia: Konsumentki kupujące mleko dla siebie i swoich rodzin, dbające o zdrowie swoje i swoich najbliższych.

Konkurencja

Głównym konkurentem dla nowego produktu jest obecna na rynku marka mleka Białe Wapń produkowana przez spółdzielnię mleczarską Mlekoop.

Konkurencją są również tradycyjne marki mleka UHT: Mlekoop – 46% udziałów (marki Łaciate, Białe, Zambrowskie), OSM Łowicz – 12 % udziałów oraz marki własne.

Zadanie dla agencji

- Przygotowanie projektu graficznego dla nowego mleka UHT wzbogaconego wapniem (projekt wstępny dla opakowania 1 l o zawartości tłuszczu 2%).
- Zaproponowanie nazwy dla nowego produktu.
- Stworzenie identyfikacji wizualnej marki (projekt logotypu).

Cele projektowe

- Opakowanie musi odzwierciedlać koncept i wartości marki.
- Na opakowaniu musi znajdować się:
 - Logo
 - Nazwa produktu



- Informacja o zwiększonej zawartości wapnia
 - Informacja, że jest to produkt UHT
 - Informacja o pojemności opakowania – 1 l
 - Informacja o zawartości tłuszczu – 2%
- Nazwa produktu powinna odpowiadać conceptowi marki i jej wartościom.

Hierarchia komunikacji na opakowaniu

1. Mleko ze zwiększoną zawartością wapnia
2. Marka
3. Zawartość tłuszczu

Uwarunkowania techniczne

- Technika druku: offset, full kolor
- Opakowanie Tetra Brik z zakrętką

Harmonogram prac

- 23.04 – prezentacja conceptów wstępnych
- 30.04 – dopracowanie projektu
- 07.05 – prezentacja finalnego projektu

