

Бриф на редизайн



FRUIT FIESTA

Сочные продукты
для души и тела

Текущие продукты и возможности по упаковке



Упаковка. Флакон. для геля для душа (объем 430 мл), гель-скраб (200 мл), пена для ванн (430 мл). **Материал:** ПЭТ
Цвет материала: прозрачный.
Жидкость: непрозрачная цветная. Будет подбираться под цвет этикетки.
Колпачки-черный, глянец
Клеится этикетка. Размер 127*70

Упаковка. Банка. для сахарного скраба, мусса для тела и боди баттера.
Материал банки: ПЭ, прозрачная (слегла мутновата).
Крышка: черная, глянец
Клеится этикетка на банку. Размер 100*35
Клеится этикетка на крышку. Размер диаметр 70



Общая информация

Торговая марка	CIEL
Основная задача	<ol style="list-style-type: none">1. Разработка графической концепции оформления упаковки и логотипа. Финализация выбранного варианта.2. Графическое развитие утвержденной концепции на виды продуктов.3. Подготовка модулей для каталога.4. Верстка и предпечатная подготовка.
Название линейки	Fruit Fiesta, сезон THAI exotic. Название сезона отображается только в модуле для каталога. В дизайне не используем. В дальнейшем планируется развитие этих сезонов, например «бразильский карнавал», «ягодный микс» и др.

Общая информация

Позиционирование продукта.	Сочные продукты для души и тела. 100% фруктовая польза. Сочные, яркие, ароматные, продукты для ухода за телом. На 100% фруктовые продукты, которые хочется «съесть».
Розничная цена.	От 300 до 400 рублей
Ценовое позиционирование.	Средний+
Каналы и география продаж.	Прямые продажи
Основные конкуренты.	Faberlic, Avon, Oriflame

Задача

Необходимо создать:

- 1) Концепт редизайна упаковки на трех продуктах: гель (любой на выбор), гель-скраб, sugar scrub).
- 2) Разработать логотип для названия линии Fruit Fiesta.
- 3) Доработать выбранную концепцию.
- 4) Оформить подачу для каталога

С помощью нового дизайна хочется передать эмоции от продукта. Продукт на столько должен быть ярким, сочным и вкусным, что непременно должен вызывать желание попробовать его.

Важно отметить, что ценовой диапазон находится на уровне средний+, поэтому в дизайне нужно подчеркнуть и «оправдать» такую стоимость. Дизайн продуктов из сегмента средний – и low, не подходят. Далее будут показаны примеры удачных и неудачных дизайнов.

Дополнительная информация:

- 1) Важно учесть, что гель-скраб имеет скрабирующие цветные частички (можно использовать нижеперечисленные цвета: желтый, оранжевый, розовый (скорее красный), светло-розовый, рубин, фуксия, смородина, фруктовый микс). В дизайне нужно отразить это, так как упаковка прозрачная и частички будут видны.
- 2) Гели для душа и гель скраб имеют полностью прозрачную упаковку, поэтому в дизайне важно отразить и цвет продукта (по хорошему должен соответствовать цвету фрукта)
- 3) Крышка на банке и на флаконах черная. Это важно учесть при создании дизайна, для создания целостного восприятия.
- 4) Возможна также комплектация колпачков и крышек – белая. НО белый оттенок

Варианты, дизайнов, которые отражают идею

ПРОДУКТ, КОТОРЫЙ ХОЧЕТСЯ «СЪЕСТЬ»!







POPSOP.COM



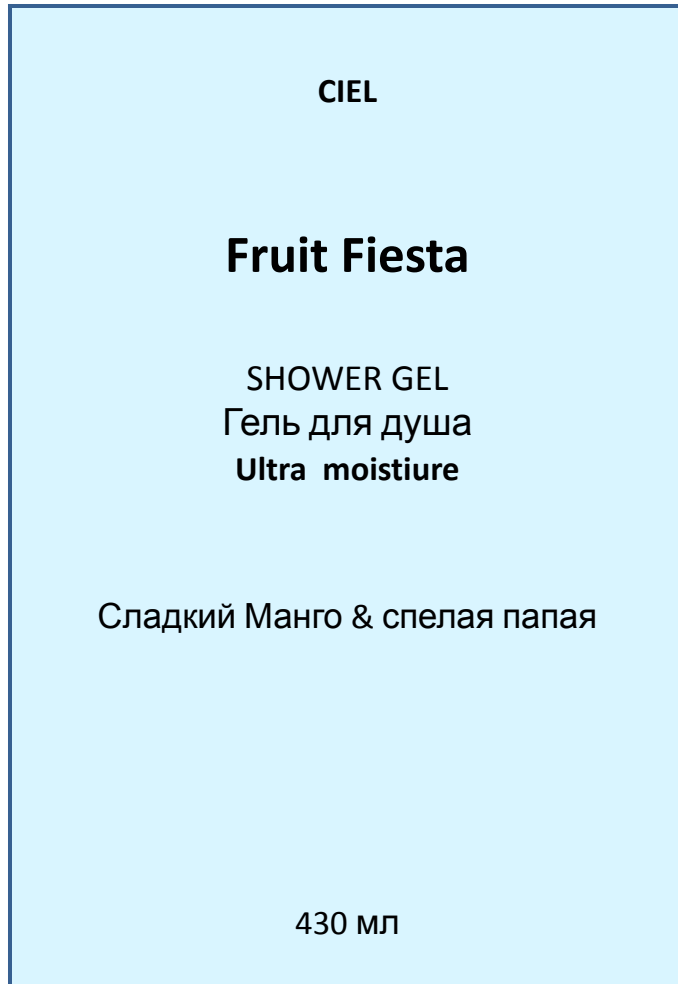




НАБОРЫ к
праздникам



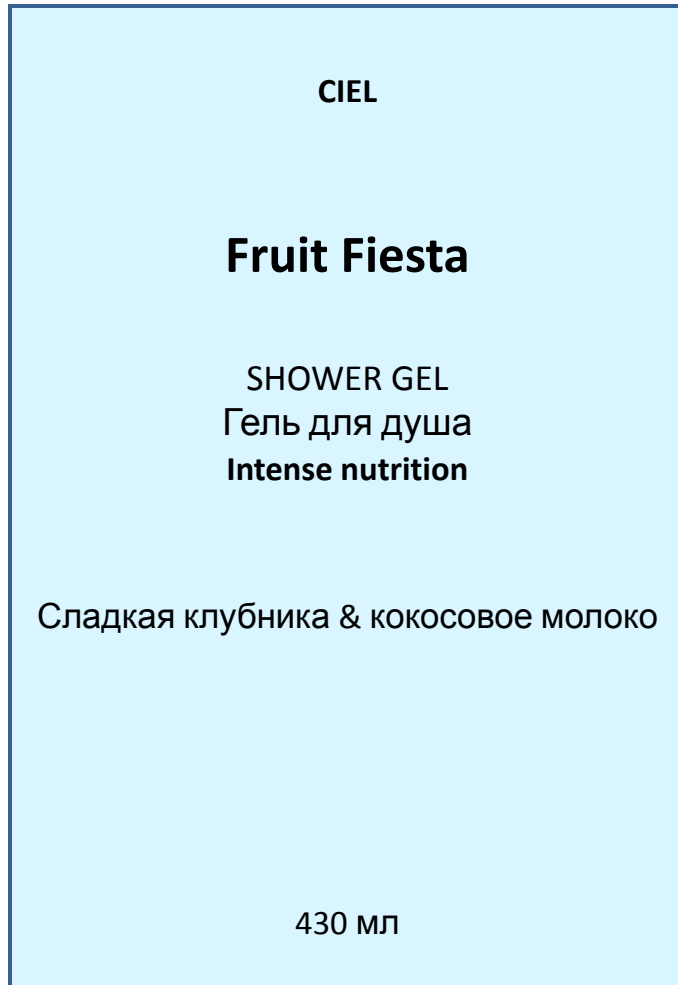
Гель для душа 1 манго и папая
Лицевая сторона



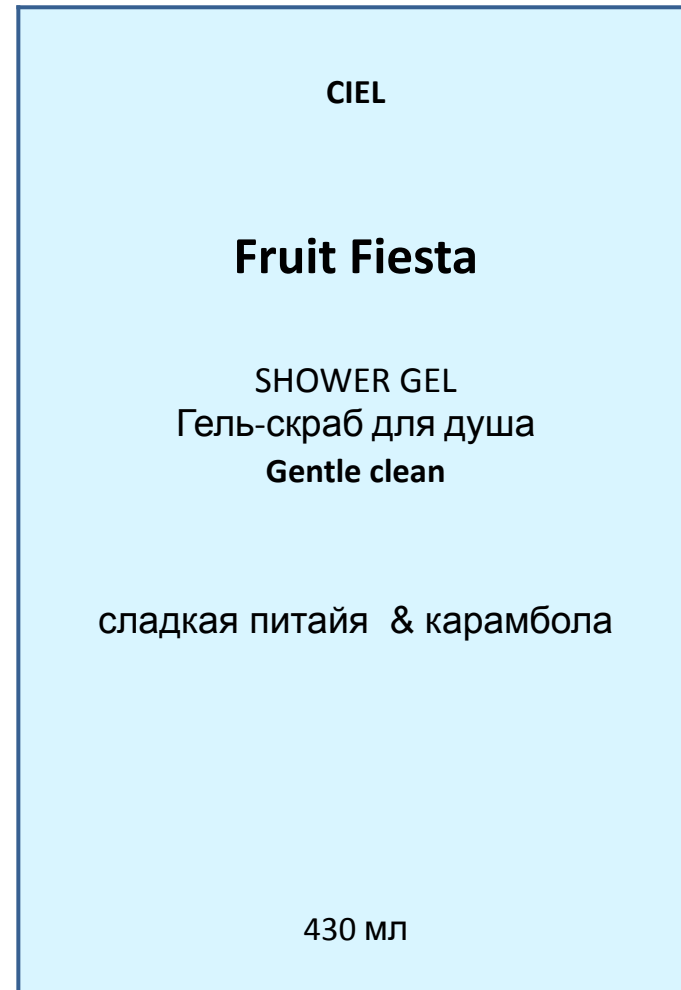
Гель для душа 2 лайм с ..
Лицевая сторона



Гель для душа 3 клубника Лицевая сторона



Гель скраб Лицевая сторона



Возможны варианты: Розовый персик & молоко

Сахарный скраб для тела

СІЕІ

Fruit Fiesta

Интенсивный скраб для тела

*Тростниковый сахар & сочный
танжерин*

200 мл

Неудачное исполнение



Неудачное исполнение

