



## **Проектирование**

Разработка графический материалов для  
рекламной компании

Выполнила Кубышкина М.В.  
Студентка группы ЛБД-302  
Проверил: Данильченко О.В

# Концепция проекта

**Цель:** Разработать графические материалы рекламной продукции, провести анализ конкурентов и дать им оценку.

## **Задачи и структура работы:**

- Сгенерировать идею
- Составить психологический портрет потребителя
- Найти аналоги, изучить их концепцию
- Найти конкурентов, выявить их недостатки и достоинства
- Спроектировать продукцию
- Визуализировать на носителях

# Психологический портрет потребителя



**ФИО:** Королёв Артём Михайлович

**Возраст:** 35 лет

**Семейное положение:** женат

**Дети:** двое (мальчик и девочка)

**Уровень дохода:** более 100000

**Место проживания:** Россия, Москва

**Пол:** мужской

**Уровень должности:** бизнесмен

**Хобби:** занимается спортом, изучает психологию, коллекционирует сувениры из разных стран.

**Страхи:** переживает о том, что продукт может оказаться не качественным или срок действия истечет быстрее, чем запланировано у производителей, так как товар идёт на основе натуральных продуктов без химических добавок.

# Конкуренты



# Анализ плакатов конкурентов Cote d'Or



Проанализируем первые два плаката конфет Cote d'Or. К сожалению, эти два плаката не являются серией, так как у них есть отличительные черты. Выглядят они вполне обещающе, богато, **композиция** в обоих случаях открытая. В большей части **цвет** используется коричневый, а коричневый ассоциируется с шоколадом, поэтому эти плакаты выглядят притягательно. В первом случае изображена девушка, половина лица которой скрыта за золотой полоской, на которой слева в углу располагается логотип компании. Девушка завернута с золотую фольгу, в которой упаковывается данная продукция, а в руках она держит ту самую коробку с конфетами, от которой исходит полупрозрачный узор. Выглядит это всё вполне изящно и есть некий шарм. Ниже расположены слоган и опять же коробка конфет с показанным содержимым. В логотипе и слогане **шрифт** используется гротеск. Первым же, что бросается в глаза - это сама девушка, затем наш взгляд перемещается на то, что она держит в руках, после обращаем внимание на логотип компании, а затем рассматриваем всё остальное. На мой взгляд этот плакат довольно хорош и удачен, в отличие от второго, хотя тот тоже вполне неплохо выглядит, но он более перегружен. На втором плакате тоже расположена девушка, взгляд который устремлён на конфету, которую она нам демонстрирует в своей руке. Позади слева располагается полоса с фотографиями людей. Скорее всего здесь запечатлены моменты, в которых эти конфеты объединяют людей, они видятся, гуляют, веселятся, им просто хорошо. Снизу так же представлен товар, рядом с которым располагается слоган, которые отделены золотой полосой. Здесь уже взгляд немного теряется и не знаешь на что в первую очередь обращать внимания: на девушку или на заднюю ленту фотографий, или же на товар в нижнем левом углу. Это всё потому, что всё сделано в одинаковых оттенках и задняя полоса загружает фон и не достаточно в нем воздуха, в отличии от первого плаката, который более лёгкий и воздушен. Так же на втором плакате сделана подсветка конфеты, которую держит девушка, тем самым, чтобы покупатель обратил на неё сразу же своё внимание. Но на мой взгляд – это не совсем спасает данную ситуацию. Так же можно заметить текст на втором плакате слева в углу возле продукции. Скорее всего это ссылка на сайт, но её настолько плохо видно, что сразу не заметить. И в вертикальном положении неудобочитаемо, так ещё и цвет сливается с фоном. Поэтому первый плакат выполнен лучше, чем второй. По **смыслообразованию** первый плакат является *метафорой*, а второй

# Анализ плакатов конкурентов Eini&Co



Далее проанализируем серию плакатов, которая не имеет никакого отношения к подарочным конфетам, но тем не менее тоже вполне съедобная и вкусная – это капкейки фирмы Eini&Co. Плакаты минималистичны и так же **композиция** открытая. Смотрятся они довольно мило, креативно. В обоих случаях изображены капкейки с цветком по середине плаката. В первом случае фон коричневого цвета, а рядом с капкейком лежат крошки от хлеба, словно это земля и так же лежит лопатка. Это символизирует то, что этот цветочек будто только что выкопали и посадили в горшочек, под горшочком подразумевается специальная формочка для капкейка, в которой он выпекается. Ну и то, что фон коричневого цвета – означает землю. Так же в правом нижнем углу располагается логотип и под ним слоган. На втором плакате уже изображена колибри, которая пьёт нектар из цветка. Фон выполнен в зелёном цвете, что символизирует траву, зелень, среди которой находится наш цветочный капкейк. Аналогично в правом углу логотип и под ним слоган. **Шрифт** в стиле новой антиквы. Эта серия плакатов хороша по своему, но на мой взгляд эти плакаты больше похожи на серию очень качественных и красивых фотографий, чем на плакат, если бы не надпись «cupcakes» под названием фирмы, то и правда можно подумать, что это просто фотографии. Да, грамотно выполнен тот факт, что при первом просмотре этих плакатов, наш взгляд моментально же устремляется на продукцию, а затем уже на всё остальное, но так же не менее важен слоган, ведь он нам помогает в том, почему покупатель должен купить данный продукт. В случаях конкурентов Cot d'Or слоганы подталкивают на то, чтобы мы познали сладкую часть жизни на вкус, которые нам могут передать эти конфеты, а в данной серии плакатов слоган очень плохо виден и в нём нет того позыва, который нам нужен. Но, возможно, дизайнер хотел сделать тот самый позыв, акцентируя его на самих капкейках, так как они довольно яркие, аппетитные и бросаются в глаза, т.е. тут используется приём, при котором человек, увидевший товар, уже должен иметь понятие о чём это всё говорит. Плакаты красивые, неплохие, но в них словно чего-то не

# Бриф

## Позиционирование Цели дизайн- разработки

То, что позволит определить статус марки или  
упаковки

Требования к популярности	Средняя популярность
Ожидаемый потребительский эффект	Необычный, удобный, современный
Ожидаемый эффект для клиента	Прибыль, популяризация

## Продук

То, что поможет ответить<sup>Т</sup> на вопросы «какой»? «почем»? И  
т.д.

Совокупность четких и очевидных черт (атрибутов) продукта, которые потребитель ему приписывает (будет приписывать) и которые позволяют определить место нового продукта в ряду аналогичных и уже известных	Изюминка шоколадных конфет в том, что в них содержится натуральные ягоды без химических добавок и ароматизаторов. Так же и в других сериях входит настоящий алкоголь и орехи. Сам дизайн упаковки говорит о том, что подарок преподносится с любовью от всего сердца
--	--

# Потребите

То, что поможет ответить на вопросы «кому»? и «зачем»? и определить целевую потребительскую аудиторию

Пол, возрастные группы потребителя	Девушки и юноши, молодые женщины и мужчины от 20 до 30 лет
География (регионы потребления)	Россия
Социальные группы потребителей, статус	Люди со средним доходом
При необходимости - образ жизни, тип личности	Активные, энергичные, эмоциональные
Повод для совершения покупки, искомые выгоды	Праздники, свидания
Интенсивность потребления, степень приверженности	Средняя, по мере необходимости

# Конкурен

ы

То, что поможет сформировать «условный прилавок» и  
определить

условия выживания марки

Продукты/конкурирующие структуры, существующие или ожидаемые на том же сегменте рынка	Комильфо, Ferrero Rocher, Mercı
Конкурен	Бабаевский (с орехом), 12 предсказаний (ягодный), Chocolate Bar (алкогольный)
Информация о деятельности конкурентов, их слабые и сильные стороны, их способы и средства общения с потребителем	В целом у конкурентов в состав входят E добавки, ароматизаторы, дизайн коробок имеет в основном прямоугольную форму. Ferrero Rocher, является неким исключением, так как дизайн его коробок разнообразен: конус, колокольчик, бриллиант, сердце, сундучок, туба, но не смотря на это – вкус остаётся одним и тоже.

# Стратеги

То, что поможет мотивировать потребителей

Обещания

Рациональные обещания: преимущества, которые получит потребитель от покупки и/или потребления продукта	Продукт не содержащий Е добавок и ароматизаторов, оригинальный, удобный дизайн коробки в форме сердца, подарочность.
Психологические ожидания: социальное и эмоциональное одобрение, самореализация потребителя и т.п.	Эмоциональное одобрение, осуществление ожидания в реальности

# Доказательств

Те подтверждения, без которых обещание не сможет сработать на рынке

Элементы, свойства продукта, которые доказывают, оправдывают и заставляют верить обещанию	Продукт не содержит Е добавок, в начинке натуральные ягоды, алкоголь и орехи.
---	---

# Личность

То, с помощью чего **марка** находит общий язык с потребителем

<p>Тип отношений и тон общения, которые марка должна устанавливать с потребителями («друг», «помощник», «агрессор», «путеводитель» и т.п.).</p>	<p>Друг, помощник</p>
---	-----------------------

Предполагаемые носители и форматы использования **марки**

<p>Изделия, упаковка, документация, буклеты, вывески, фирменная одежда, сувениры, реклама и т.д.</p>	<p>Серия плакатов, шелфтокер, стопер, воблер, билборд, фирменная одежда</p>
--	---

## **Общие выводы**

После полного анализа плакатов конкурентов, опираясь на их плюсы и минусы, было принято решение сделать серию плакатов, на которых товар покупателю должен бросаться в глаза в первую очередь. Плакаты не должны быть перегружены картинками и другой информацией, не должны присутствовать люди, чтобы они не отвлекали внимание от главной цели.

# Brainstorm

По проведению мозгового штурма, были сгенерированы идеи, такие как:

- 1) Коробка конфет лежит на ткани, вокруг атрибута, связанная с девушкой (помада, украшения, цветок).
- 2) Коробка конфет становится ангелом и летит в небесах, на облаках в правом нижнем углу располагается товар.
- 3) Коробка конфет лежит на столе, среди лепестков роз
- 4) Мужские руки держат коробку конфет возле сердца
- 5) Фон является сырьём (ягоды, орехи, алкоголь), а коробка конфет лежит поверх сырья.
- 6) Расположить коробку конфет так, словно она находится в рентгеновском снимке.
- 7) Ангелы несут коробку конфет

# Ассоциативный ряд

- Женская атрибутика (украшения, цветы)
- Ангелы, крылья, перья, небо, облака
- Мужчина, подарок от сердца
- Дорогая ткань
- Ягоды, орехи, алкоголь, конфеты
- Лепестки роз
- Романтика, любовь
- Лёгкость, нежность

# Наброски

Из общих идей было выбрано четыре – это первый вариант, второй, третий и четвёртый. На их основе сделаны наброски.

1



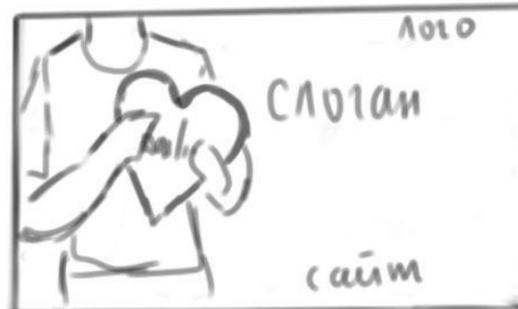
2



3

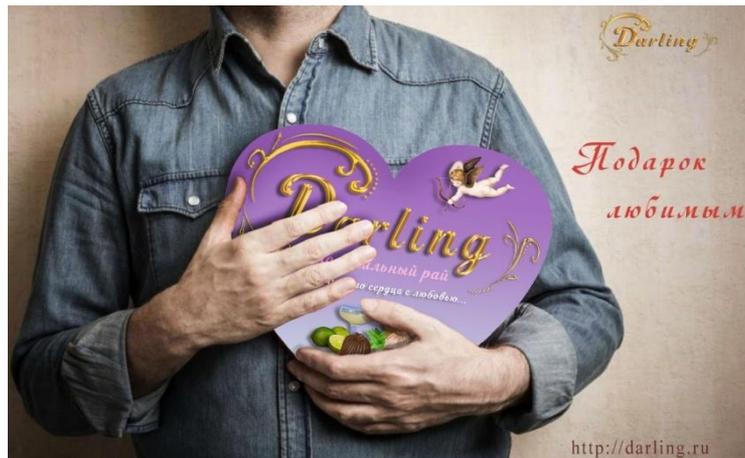
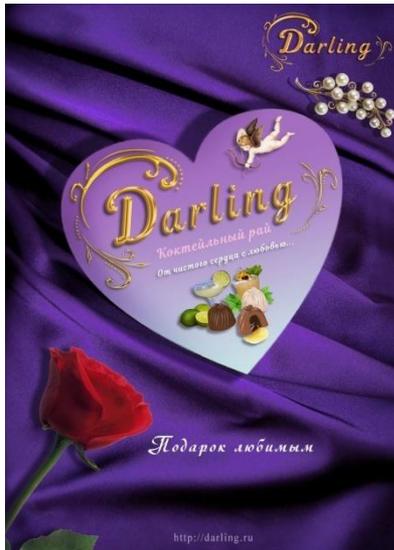


4



# Визуализация вариантов

Из четырёх вариантов, было принято решение выбрать второй.



# Итоговая серия плакатов



# Фирменная одежда

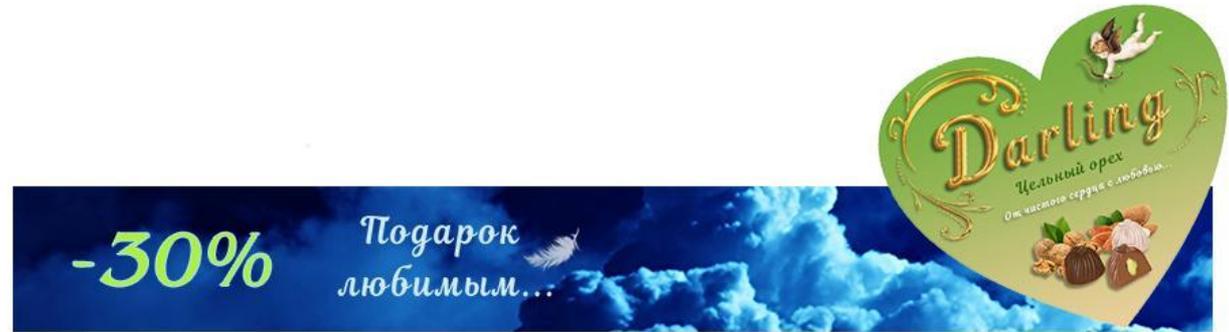
Фирменная одежда состоит из футболки, цвета которой аналогично совпадают с цветами товара.



# Воблер, стоппер и шелфтокер



Стоппер



Шелфтокер



Воблер

# Стеллаж



# Визуализация





*Darling*

Подарок  
любимым...

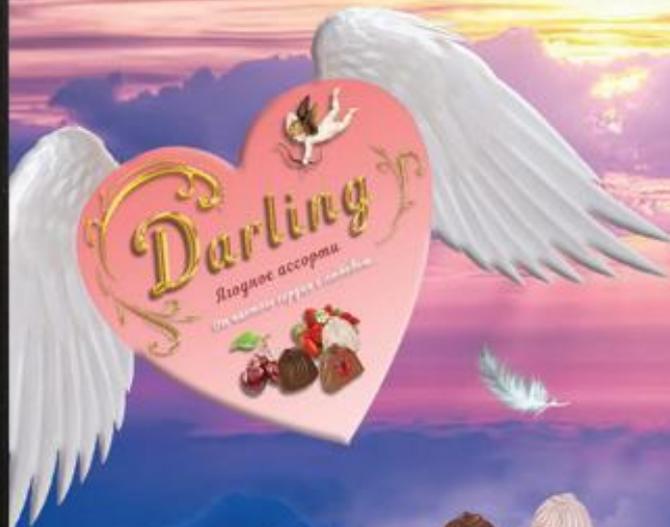
*Darling*  
Костелый рай  
От мысли о тебе с любовью...

<http://darling.ru>



Darling

Подарок  
любимым...



<http://darling.ru>

Центр Азия

ШАШЛЫК  
НА УГЛЯХ

МЛОЧК  
ЗРУОС  
Французск  
выпечк  
и свежий

олочные  
родукты

Подарок  
любимым...

Darling



<http://darling.ru>

Покупай  
ВЯТСКОЕ!

ЦЕНА  
19 99



Подарок  
любимым...

**Darling**  
Хорошо известно,  
что любовь — это  
подарок.

<http://darling.ru>

Подарок  
любимым...

**Darling**  
Хорошо известно,  
что любовь — это  
подарок.

<http://darling.ru>

Подарок  
любимым...

**Darling**  
Человек овец  
на высоте овец и овец...

<http://darling.ru>