



CREATIVE CASE FOR WINE

A CASE FOR THE BRANDMAKER 2.0

Copirights belong to

Omelchenko A & Makarov K

OUR TEAM



DYNAMIC DUO

ДИНАМИЧНОЕ МЫШЛЕНИЕ, ПРАКТИЧНЫЕ РЕШЕНИЯ



1. ИДЕИ, СТИМУЛИРУЮЩИЕ К ПОКУПКЕ

Мы сопровождаем свои предложения методами продвижения, которые являются частью концепции



2. PRODUMAN

Наша предусмотрительность избавит вас от лишних инвестиций. Так как мы учитываем производственные возможности клиента в реализации нашей идеи



3. ЗНАНИЕ ЦА

Экономия на исследованиях и поисках концептов. Идеи включают в себя понимание мотивации выбора и ситуации потребления

КАК МЫ ПОДОШЛИ К КЕЙСУ

1. Мы предлагаем несколько вариантов дизайна на примерах аналогичных вин. Мы понимаем, что вы лучше разбираетесь в марках вин, поэтому потратили время на вариацию идей!
2. Эти предложения учитывают ситуацию потребления и вовлекают покупателей, учитывая их душевную организацию (мотивы)

ПРИЯТНОГО ПРОСМОТРА!



... that's a fact

01

ФАКТ 1

Аудитория этой ценовой группы не разбирается в тонкостях вина, поэтому ей для выбора нужна простая и чёткая навигация

02

ФАКТ 2

Вино - язык международного общения, поэтому одинаковые ассоциации работают в мире одинаково на всех континентах (душа, раскрепощение эмоций, желание петь и танцевать и тд)

03

ФАКТ 3

Кто-нибудь когда-нибудь откупорит бутылку известного вина, как посыл в океане. Это будет марка вина из этой презентации ;)

Concept# 1



СОК ЗЕМЛИ (SUCUS EX TERRA)



Платформа
"Kraft & genuineness"



ХОРОШЕЕ ВИНО ДЕЛАЮТ
ЛЮДИ, А НЕ МАШИНЫ

"Крафтовость" и
название на латыни

-

признак более
дорогого вина.
Поэтому 'SUCUS EX
TERRA' даёт
покупателю
дополнительный
бонус - более
высокий статус, но
по цене ниже



SUCUS EX TERRA
catarratto

0.75l

123

Concept# 2

#MYWORLDHOME

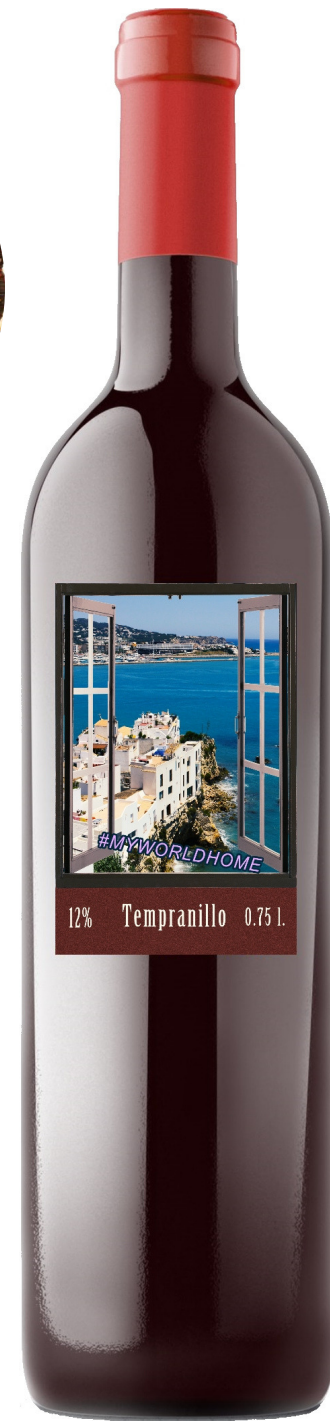


ПЛАТФОРМА
UNIVERSE AFFINITY

ГРАНИЦ НЕТ

О. УАЙЛЬД

Бренд #MYWORLDHOME:
"Открыть вино Испании -
как открыть окно на
отдыхе в этой стране
Вы же помните это
ощущение солнца и песка,
утекающего под босыми
ногами, вид из окна
Если ты скучаешь по
отдыху за границей,
вернуться туда можно
этим вечером... 'открой
окно"

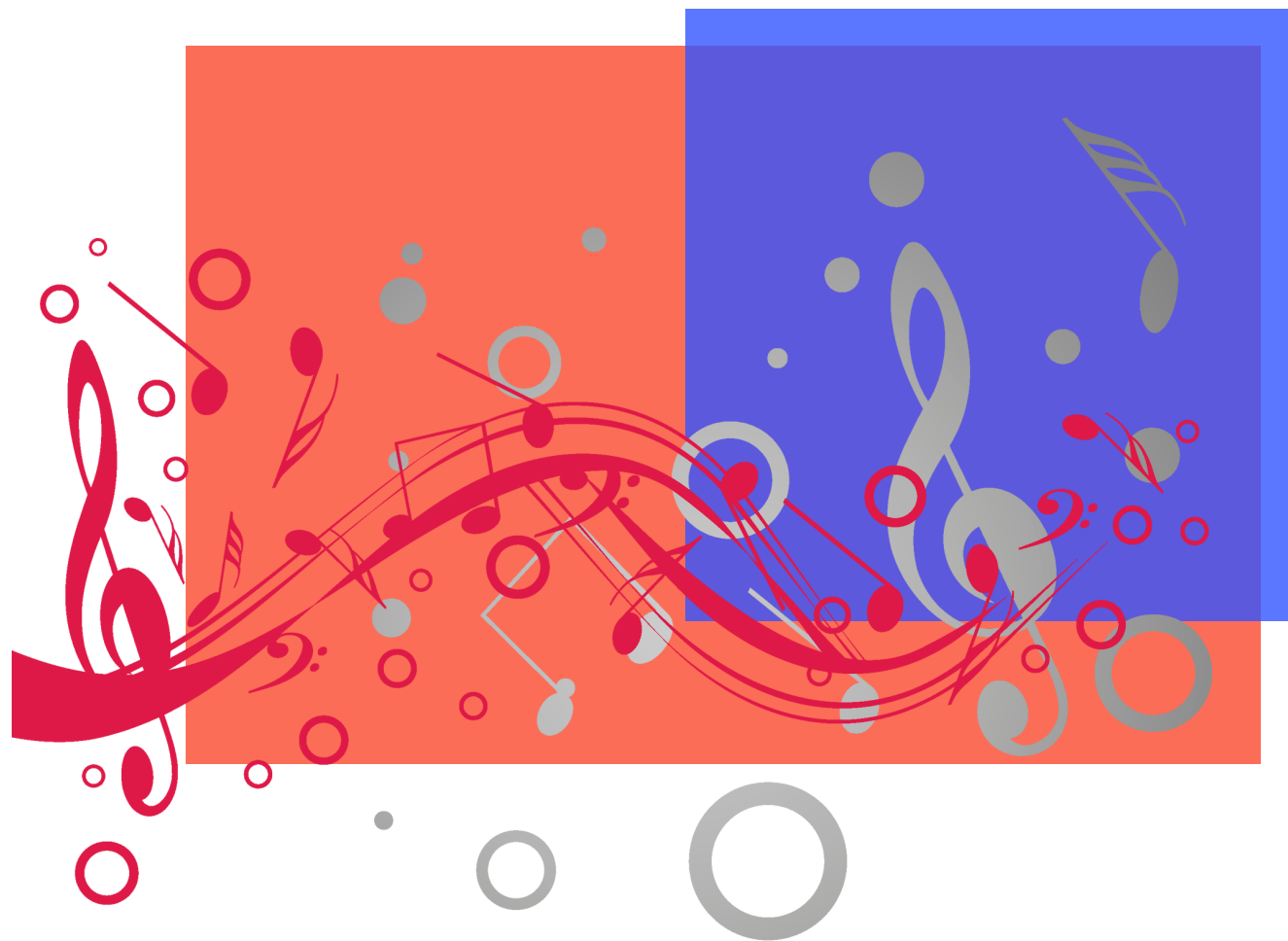


CoBranding в стиле www.couchsurfing.com

Concept# 3
платформа
EMBRACE YOUR NATURE



(Finest)



Вино, как и песни, и танцы, освобождают эмоции.

Это язык международного общения - язык души!

**С вином мы покупаем настроение,
которое это вино нам покажет наедине с ним.**



Finest
lamenco
ado

Альтернативное лого



Flamenco

страсть

огонь

самовыражение



Посмотрите. чтобы проникнуться



Послушайте. чтобы проникнуться



грусть
НОСТАЛЬГИЯ
ТОМЛЕНИЕ

FADO



Concept# 4
платформа self-expression &
embrace your nature

NINKI-NANKA

Дракон в ЮАР
Символизирует скрытые
страсти человека

Дизайн привлекает и однозначно
считывается аудиторией чётких линий
боди-арта, татуажа
Это аналогичная возрастная аудитория
по кейсу



NINKI-NANKA

Вино выделяется на полке
специальным нехенгером в виде
дракона



Тур 2

Италия & Франция



НАШ ПОДХОД КО ВТОРОМУ ЭТАПУ КОНКУРСА

Так как Франция и Италия - воплощение гастрономического наслаждения и солнечного настроения, мы выбрали "эмоциональный" креатив





ЖИЗНЬ - КЛАСНАЯ ШТУКА!
А ЕЩЁ - ОНА ОДНА!
МНЕ И МОИМ ДРУЗЬЯМ 21 ГОД!
НА ВСЕХ :)
И МЫ ВИДИМ МИР
ПО-ДРУГОМУ...



YouTube sofia



Alvaro Soler - Sofia



AlvaroSolerVEVO

Подписаться 1 231 570

Скачать 720

315 019 820 просмотров

TARGET AUDIENCE MOODBOARD





ДЛЯ ТЕХ КТО ВИДИТ
МИР ПО ДРУГОМУ
КОРОВА ДАЁТ
ВИНО

Bestia

Концепция
Итальян

Не верите?



Концепция
Итальянская

Bestia



КАК РОЖДАЕТСЯ ВКУС ФРАНЦУЗСКОГО ВИНА

ENCORE



ТВОРЕЦ

РОМАНТИК



ЗАБОТЛИВЫЙ

ЕСЛИ БЫ ВЫ МОГЛИ ВЗГЛЯНУТЬ НА ВИНО **ENCORE** ЧЕРЕЗ
ОСОБЫЙ ВИНОСКОП, ВЫ БЫ УВИДЕЛИ, КАК "ТВОРЕЦ",
"РОМАНТИК" И "ЗАБОТЛИВЫЙ" НАПОЛНЯЮТ ВИНО ТОНКИМ
ВКУСОМ И МЕЛОДИЧНО-СВЕТЛЫМ НАСТРОЕНИЕМ
НО ВЫ МОЖЕТЕ ПОЧУВСТВОВАТЬ ИХ, ПРИБЛИЖАЯСЬ КО ДНУ
БУТЫЛКИ
НУЖНО ТОЛЬКО СКАЗАТЬ "**ENCORE**", ЧТО ЗНАЧИТ "ЕЩЁ"



3 IN 1

КОНЦЕПТ #2 ФРАНЦИЯ

КОНЦЕПТ #2 ФРАНЦИЯ

ENCORE



Детально прорисованные персонажи привлекают внимание покупателей: хочется взять бутылку в руки и рассмотреть их, понять все ситуации, в которые они вовлечены

Рядом с контр-этикеткой можно сделать шкалу сверху-вниз: "заботливый", "творец" и "романтик". Кто из гостей и как встречает каждый из этапов - повод обсудить во время застолья ;)

Вино подходит под контекст встречи мужчины с женщиной, для девичника, в подарок женщине

**МОГУТ ПОНЯТЬ
ТОЛЬКО ЖЕНЩИНЫ**

Concept # 3





Welcome!



Думаете, это просто вино?

ЭТО интрига - что же там за дверью;

ЭТО кулинарное приглашение;

ЭТО идеи блюд;

ЭТО идея романтического ужина
в честь вина;

ЭТО диалог с покупателем,
вовлечение его в общение с маркой
и навигация его выбора;

ЭТО стимулирование аппетита
и покупки вина

Мы поставили только те блюда,
от которых у нас текли слюни

Welcome!



Продвижение: соPromo с рестораном доставки на дом;
Вы говорите "Welcome" и получаете скидку на доставку ужина или приглашение на дегустацию вина

Этикетка в виде
двери (её можно
открыть)
Вид закрытой
этикетки



Навигация
выбора по
блюдам:
красное - к
мясу; к пицце



Белое - к
сыру,
фруктам,
рыбе



Concept# 4 (ЮАР)

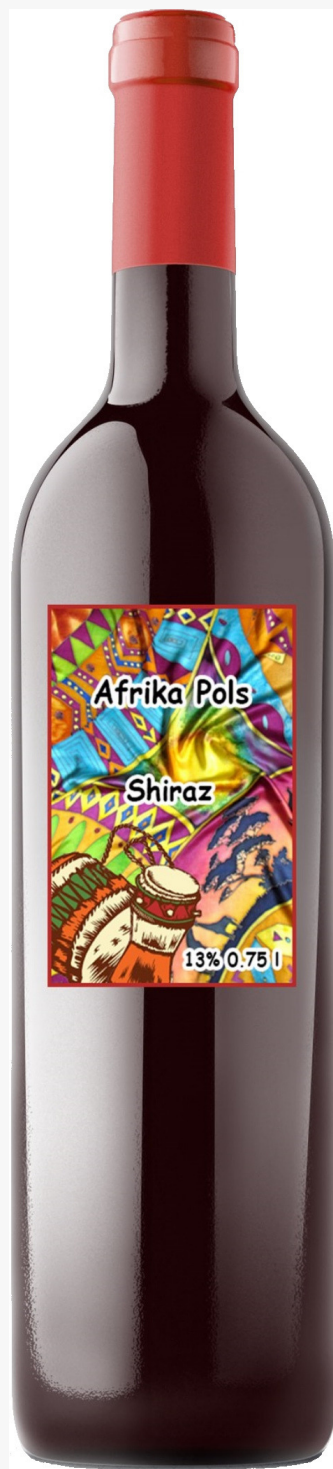
AFRIKA POLS

'Пульс Африки' (перевод с африкаанс)



Ощути Ритмы Африки, как
они начинают пульсировать
в твоих венах!

AFRIKA POLSKA



Concept# 5

Испания, Португалия

Borboleta*

... as levitation

Кто ещё может обещать
лёгкость полёта и ощущение
парения, если не бабочка?

Акварельная техника
передает эффект написания
бабочки вином, а не
красками
Вино небрежно изливается
на салфетки

*Borboleta (бабочка, пер. с португальского)



