

Re: проект
редизайн: ребрендинг: рестайлинг:

www.organica-design.ru

Re:проект*



ДИЗАЙН = СТРАТЕГИЯ

**Дизайн является формой, в которую
«упакована» стратегия компании**



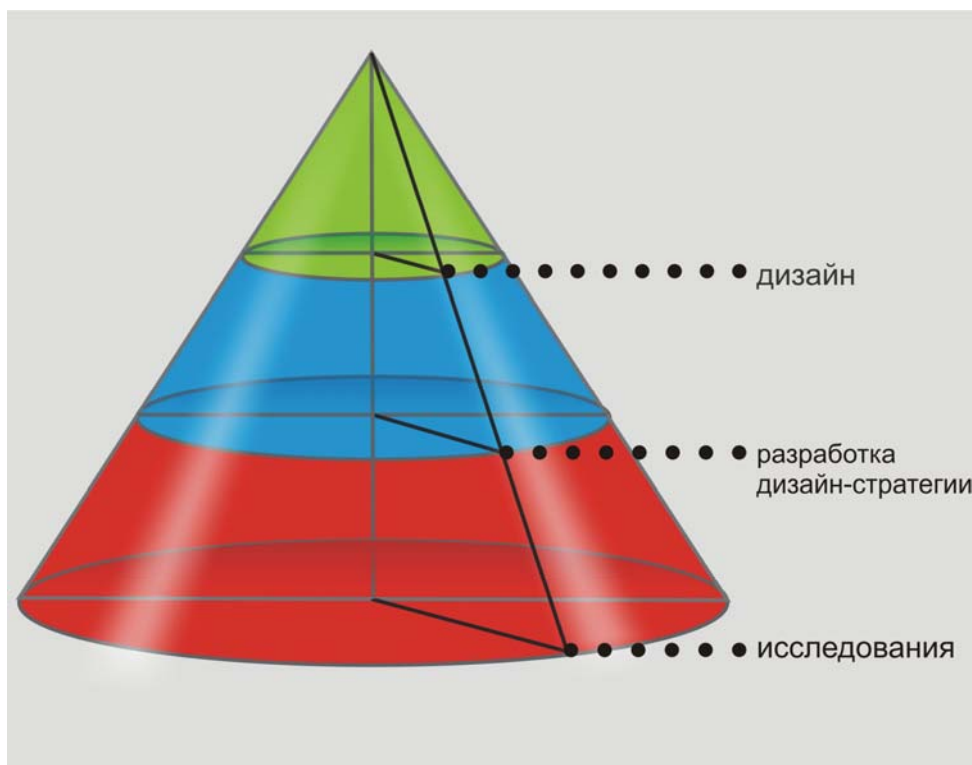
Re:проект*



Re:проект – проекты по созданию нового и свежего образа марки, который усилит коммерческий потенциал и станет основой эффективной дизайн-стратегии.

Re:project is an approach to design of a product with special consideration for the commercial impacts of the product during its whole lifecycle. The main point in Re:project strategy is strengthening business efficiency of the product through its history and all the potentials.

Re:проект*



Re:проект – это комплексный подход к смене имиджа и дизайна, который объединяет в себе современные технологии **дизайн-исследований**, методiku разработки и построения **дизайн-стратегии**, а также внедрения **дизайн-инноваций** в деятельность компании.

Re:проект*



Самое важное в проектах по ребрендингу / редизайну – не ошибиться с выбором приоритетов для развития, так как предшествующая стратегия продукта имеет свою историю и место в ассортименте.



Re:проект* - кейсы



Было



Новый дизайн



Пищевой комбинат "Колпин" провел рестайлинг упаковки пельменей "Колпинские" Отборные.

Необходимо было разработать новый дизайн упаковки для более высокого ценового сегмента, отразить высокое качество продукта, сохраняя при этом главный фирменный элемент всей линейки продуктов компании - цветовую гамму и наличие красного цвета в упаковке.

При разработке дизайна был использован деревенский стиль, который подчеркивает натуральность и высокое качество продукта, а также акцентирует внимание на ручной лепке пельменей. Визуально увидеть содержимое упаковки можно через прозрачное вырубное окошечко, оформленное в виде деревянной ложки. Вся нужная информация легко считывается с упаковки за счет минимального количества элементов и упрощает выбор потребителя в магазине.

В продажу пельмени в новой упаковке поступили в октябре 2007 года.

Смена дизайна упаковки привела к 15% росту продаж и 25% росту количественной дистрибуции уже через 5 месяцев продаж.

Re:проект* - кейсы



Было



Новый дизайн



Рестайлинг упаковки блинчиков «Гранд Шеф», компания «Дарья».

Согласно задаче необходимо было доработать дизайн упаковки в соответствии с характеристиками продукта класса «премиум», сохраняя фирменный стиль торговой марки. Акцент в работе необходимо было сделать на обозначении ассортиментных позиций каждого продукта.

Результат: в ходе работ была изменена нижняя часть упаковки – она стала более изящной и легкой за счет использования образа драпировки и как бы «вложенной карточки» с обозначением вкуса продукта. За основу был взят образ-метафора ресторанных «карт-меню». Теперь блинчики «Гранд-Шеф» - настоящий шедевр от шеф-повара!

Смена дизайна упаковки привела к 7% росту продаж и улучшению выкладки в магазинах.

Re:проект* - кейсы



Было



Рестайлинг упаковки широкого ассортимента продукции под ТМ «Фабрика-кухня «Ладога»

Необходимо было разработать дизайн логотипа, фирменного стиля и упаковки для широкого ассортимента колбас – вареных, варено-копченых, сырокопченых, сосисок, сарделек и других деликатесов.

Новый дизайн



Результат: в ходе работ было выявлено новое «экологичное» дизайн-позиционирование торговой марки с целью подчеркнуть натуральность и безвредность продуктов для потребителя. Лого со «светящимся» объемным эффектом отлично подчеркивает этикетку и выделяет продукт среди других стандартных красно-черно-желтых мясных упаковок.

Смена дизайна упаковки привела к 11% росту продаж и улучшению узнаваемости марки.

Re:проект* - кейсы



Было



Новый дизайн



Новый “Лотос - Автомат”

Задачи:

Разработка дизайна этикетки стирального порошка “Лотос - Автомат” для компании “Невская Косметика” (украинское подразделение Винницабытхим).

Результат:

Проект по дизайну опирался на популярный дизайн – образ упаковки стирального порошка “Лотос”, разработанный специалистами ORGANICA в 2007 году. Графические и цветовые элементы служат навигационным целям и помогают определить потребителю с выбором типа порошка, а общий дизайн - стиль упаковки сообщает: “Чистота и свежесть любимых вещей каждый день!”

Смена дизайна упаковки привела к 25% росту продаж и количественной дистрибуции уже через 5 месяцев продаж.

Re:проект* - кейсы



Было



Новый дизайн



Мощное средство «Макс»

Задачи:

Разработка дизайна упаковки для украинского стирального порошка “Макс”, выпускаемого группой компаний “Невская косметика” (Винницабытхим).

Результат:

Дизайн стратегия для разработки дизайна упаковки строилась, прежде всего, на принадлежности данного продукта к массовому ценовому сегменту. Традиционная для оформления стиральных порошков схема – спираль – приобрела новое яркое звучание, а яркий цвет и графические акценты демонстрируют быстрое действие и эффективность мощного средства.

Смена дизайна упаковки привела к 32% росту продаж и улучшению выкладки в магазинах.

Re:проект*



Работа с новым

**позиционированием во многом
заключается в грамотном
исследовании, которое
основано на оценке текущего
потенциала марки и продукта.
Важно также оценить
стратегии ваших конкурентов
не только с точки зрения
маркетинга, но и
конкурентоспособности
дизайна.**

Re:проект* - исследования



*Прежде, чем сказать «Окей, сделаем для вас новое суперкреативное решение», мы проведем **конкурентный анализ** на вашем рынке, **дизайн-аудит** текущей ситуации и **визуальный бенчмаркинг**.*



СТРАТЕГИЯ



«Дизайн-стратегия» – последовательность организационных шагов в области дизайна фирменных материалов (упаковки, промышленных образцов и проч.) по достижению бизнес-целей и задач компании.

Дизайн-стратегия имеет не только организационное, но и графическое воплощение, проектирование которого основано на восприятии целевой аудиторией конкретного продукта.

Определение дизайн-стратегии происходит после проведения визуального бенчмаркинга стратегий, существующих на рынке.

СТРАТЕГИЯ



Анализ позволит ответить на вопросы стратегического развития продукта, определить существующую ситуацию в рыночной категории (с точки зрения дизайна) и в дизайне имеющейся упаковки:

- **Стратегия дизайна – что сообщает упаковка потребителю?**
- **Какие акценты представляет упаковка?**
- **В какой последовательности считывает потребитель информацию с упаковки?**
- **Что первично при выборе продукта этой категории?**
- **Что должно быть в первую очередь отмечено на упаковке?**
- **Легко ли найти упаковку среди конкурентов?**
- **Соответствует ли упаковка маркетинговой стратегии?**
- **Затруднительно ли выбрать нужный продукт?**
- **Промышленная форма упаковки – учитывает ли дизайн ее особенности?**
- **Выглядит ли упаковка свежей?**
- **Цветовая гамма упаковки - отражает ли она ожидания потребителей?**
- **Чего потребители ждут от продукта класса «_____»?**

ВИЗУАЛЬНЫЙ БЕНЧМАРКИНГ



«Визуальный бенчмаркинг» – метод исследования дизайна материалов с целью определения основной коммуникационной стратегии конкурентов и перспективной позиции марки.

Визуальный бенчмаркинг является качественным методом анализа, построенным на исследовании «коммуникационного сообщения дизайна», «стиля», «ключевых дизайн-элементов» (цвет, графическая концепция, шрифты и т.д.)

Продукт проведения визуального бенчмаркинга – разработка матрицы дизайн-стратегий, существующих на рынке и определение перспективных позиций.

ВИЗУАЛЬНЫЙ БЕНЧМАРКИНГ



Дизайн-стратегия

Коммуникация

Основной элемент

Слои

Стиль

Дизайн-стратегия: “Правильный выбор”

Коммуникация с потребителем: “свежесть”, “легкость” “основательность”, “европейское качество”.

Основной элемент: изображение продукта

Количество графических слоев - 4:

- фон с эффектом свечения
- фото продукта
- логотип и наименование продукта
- логотип производителя

Стиль: европейский

ВИЗУАЛЬНЫЙ БЕНЧМАРКИНГ



Коммуникация с потребителем
(что сообщает упаковка?)

Схема упаковки
(какие элементы и как
расположены?)



Основные эффекты
(объем, свет, гравюра,
герой/абстракция и пр.)

Особенности стиля



УПАКОВОЧНЫЙ ПРОЕКТ



Разработка нового дизайна или исследование имеющегося в основе своей имеют общую модель упаковочного дизайн-проекта. Она была предложена американскими исследователями Г.Майерсом и М.Люблинером:



ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ



Давать больше, чем получаем – наша профессиональная стратегия.

В процессе работы с заказом мы стараемся предоставить партнеру всю маркетинговую, экспертную, отраслевую и производственную информацию, которой обладаем.

Консалтинг по вопросам размещения заказов; сопровождение проектов в печати и производстве; разработка предложений по дальнейшему развитию марки или продукта – все это вы можете получить в рамках стандартного заказа в ORGANICA.

Наши экспертные знания и высокий профессионализм команды позволят сделать дизайн упаковки высочайшего качества и в срок.

Re:проект* - исследования



Среди вопросов, на которые дает ответ исследовательский этап, есть три главных, которые определяют необходимость проведения исследовательского этапа:

1. Что будем менять?

Позиционирование или дизайн, место в ассортиментном портфеле, ассортимент марки, имидж марки, бизнес-стратегию.

2. Почему меняем?

Определение реальных проблем текущей ситуации с продажами, маркетингом и дизайном марки

3. К чему приведут изменения?

Какие продукты мы получим в результате – увеличение продаж, рост лояльности, отстройка от конкурентов.

Re:проект* - стратегия



***В подходе **Re:проект** мы
объединили все знания и
опыт работы с
коммерческим дизайном,
ориентированным на
бизнес-результат.***



Re:проект* - стратегия



Общая структура подхода **Re:проект** включает **5 этапов**:

Этап 1. *Маркетинговые и дизайн-исследования.*

Этап 2. *Разработка дизайн-стратегии.*

Этап 2. *Формирование коммуникационной стратегии.*

Этап 4. *Дизайн.*

Этап 5. *Внедрение изменений.*

Да, и еще самое важное – создание **бренд-бука** по проекту, в котором четко прописана дизайн-стратегия и правила эволюции дизайна.

Re:проект* - преимущества



- *Объединение комплекса методов для разработки эффективной дизайн-стратегии.*
- *Сильный исследовательский подход к дизайн-аудиту и визуальному бенчмаркингу*
- *Опыт и знания экспертов ORGANICA design consultancy*
- *Использование программной платформы ORGANICA Live! для оперативной коммуникации в проекте*
- *Акцент на специфике редизайна и репозиционирования*

Почему **Re:проект**?



Re:проект* - ORGANICA Live!



Инновационное
решение для
эффективного
дизайн-
менеджмента

Re:проект* - ORGANICA Live!



ORGANICA Live! - инновационное программное обеспечение для управления дизайн-проектом.

В ходе работы ORGANICA design consultancy использует программное обеспечение **ORGANICA Live!**, которое позволяет вам управлять проектом по дизайну в формате on-line.

Хочется ускорить процесс работы? Горят сроки и поджимает бюджет? Все эти вопросы теперь можно легко решать с помощью интерфейса **ORGANICA Live!**

Программная платформа организована как живое хранилище данных по каждому из текущих или завершенных проектов.

Одна из важных функций программы – общение, организованное в формате форума. К своему комментарию на форуме проекта можно прикрепить файл-пояснение, отправить письмо-вложение и, конечно, переслать дизайн-материалы.

Предоставляемая пара «логин-пароль» превратит путаницу и рутину управления дизайн-проектом в легкое и успешное мероприятие!



ORGANICA Live! - функции



- *Вести переписку по проекту в формате «форума» на сервере Агентства. Так, что ничего из информации не потеряется.*
- *Просматривать всю бухгалтерскую информацию «счета-оплаты-акты» в едином интерфейсе программы.*
- *Хранить все данные (сметы - предложения - презентации - файлы) в вашем личном профиле.*
- *Отслеживать изменения в ходе проекта и сравнивать полученные результаты с предыдущими - чтобы оценить качество дизайн-работ.*
- *Предоставлять доступ к проекту вашим заместителям-руководителям-коллегам для передачи всей информации о дизайн-проекте.*

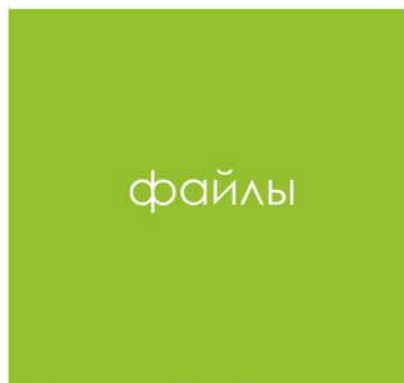
ORGANICA Live! - преимущества



- *Единый программный интерфейс*
- *Простота в использовании*
- *Сокращение времени на коммуникацию по проекту*
- *Хранение всех данных в одном источнике*
- *Хронологический порядок - легко найти, что, когда, зачем и кем было предоставлено*
- *Персональный профиль - защита и конфиденциальность информации.*

Проект ✓
Марка ✓

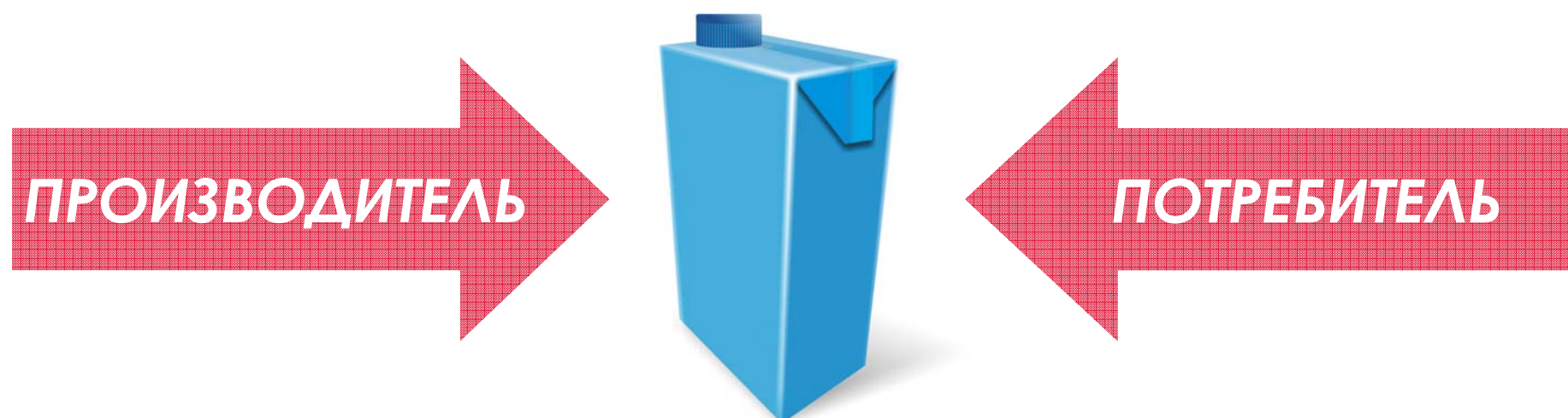
архив
Все завершенные проекты
и материалы хранятся в
этой папке



на сайт

оформить ТЗ

Re:проект* - результаты



*Одной из задач подхода **Re:проект** является презентация значимых свойств продукта, которые отражают не только озабоченность производителя техническими и регулятивными вопросами, но и заботу о потребителе.*

Re:проект* - результаты



Успешный проект по *рестайлингу* или *разработке нового дизайна упаковки* приводит к качественному и количественному *росту показателей бизнеса*. Статистика реализованных проектов свидетельствует о следующих результатах:

1. Рост представленности продукта в торговых точках - на 15%
2. Улучшение качества выкладки - на 100%
3. Улучшение коммуникаций с торговыми партнерами - в 1.5-2 раза
4. Рост узнаваемости потребителями – 25%

■ Результат: рост продаж продукта на уровне от 10 до 25%

Re: проект

редизайн: ребрендинг: рестайлинг:



Руководитель:

Мария Сташенко,

Член «**Design Management Institute**» (Бостон, США),
Преподаватель «**Британской Высшей Школы Дизайна**» (Москва),
Основатель и управляющий партнер «**ORGANICA design
consultancy**»

(495) 782-51-47

maria@organica-design.ru

www.organica-design.ru

Re: проект

редизайн: ребрендинг: рестайлинг:



organica®

Re:организуем стратегию вместе с
ORGANICA design consultancy



Россия, **Москва**, Сокольники, Стромьинский пер., д.7/23, стр.4, оф. 205,

Тел./факс: (495) 782-51-47 e-mail: design@organica-design.ru

Санкт-Петербург 192148, ул. Седова 37, оф. bi202

тел/факс.: (812) 448-58-19, e-mail: design@organica-design.ru,

www.organica-design.ru