

БРИФ

на разработку дизайна коробок для белковых коктейлей

Заказчик

Фармацевтическая компания Аквион. Более 13 лет разрабатывает, производит и успешно продвигает профилактические препараты и витаминно-минеральные комплексы. Обладает собственной производственной базой и рядом испытательных лабораторий, сотрудничает с большим пулом ведущих отечественных ученых, химиков, фармацевтов. В портфолио разработок Аквиона — как известные оригинальные бренды (Алфавит, Кудесан, Карнитон, Веторон, права на которые в настоящий момент переданы компании Recordati; эфирные масла Дыши, линейка Сперотон и Прегнотон), так и отдельные косметические субстанции (коэнзим Q10, хитозан, витамины E и F), которые используют в своей продукции более 50 российских косметических предприятий.

В настоящий момент Аквион заходит в нишу функционального питания. Текущие разработки компании — линейки Dietelle и VITime — продукты для тех, кто осмысленно и взыскательно подходит к поддержанию красоты, здоровья и энергии. Обе линейки представляют собой комплексы, зарегистрированные в качестве биологически активных добавок, а значит, могут продаваться как в супермаркетах, так и в аптеках. Каждая партия таких продуктов проходит тщательный контроль качества и соответствует нормам рекомендуемого суточного потребления Россиян: это принципиально отличает их как от имеющихся на рынке готовых программ питания для похудения, так и от специфических спортивных препаратов (гейнеров, протеиновых порошков, энергетиков).

Бренды

Dietelle

VITime

Продукт

Dietelle и VITime — новые линейки функционального питания российского производства. Dietelle помогает поддерживать красоту и стройность, VITime — энергию и активность. Линейки включают в себя несколько типов продуктов:

- Белковые коктейли в виде порошка;
- Изотоники (калиево-магниевые соли) для поддержания водно-солевого баланса;
- Шоты (напитки) для защиты суставов, поддержания тонуса или красоты кожи;
- Синбиотики (комбинация пробиотика и пребиотика) с комплексом витаминов;
- Добавки для защиты суставов;
- Впоследствии — витаминные комплексы, абсорбенты, гели и мази, жевательные таблетки и т.д.

Первыми на полки выводятся белковые коктейли — функциональные смеси из белковых концентратов, витаминно-минеральных комплексов и вкусовых добавок, которые помогают контролировать аппетит, могут выступать источником дополнительного питания или частично заменять пищу. Выпускаются в форме однородного порошка, который разбавляется водой или молоком.

Этот продукт содержит незаменимые кислоты, витамины и минералы, которые не так просто получить из обычного рациона, который сейчас стал довольно «рафинированным». В коктейле нет токсических веществ, которые в малых дозах встречаются в обычных продуктах, организм не отвлекается на детоксикацию и просто перерабатывает полезные микроэлементы, — а значит, меньше изнашивается, меньше стареет.

Популярные в Европе и Америке, на российском рынке белковые коктейли еще не освоились: в настоящий момент в fmcg, в аптечном сегменте и сегменте сетевого маркетинга нишу делят между собой всего несколько брендов.

Задача проекта

Разработать логотип и дизайн упаковки для двух продуктов:

- Белковый коктейль Dietelle (коробка на 5 саше)
- Белковый коктейль VITime (коробка на 5 саше)

В разработке придерживаться тактики «против полки».

Дизайн должен без труда масштабироваться на все будущие продукты*

Желаемый результат

1. Белковые коктейли Dietelle и VITime должны зарекомендовать себя как продукт для тех, кто стремится к здоровой красоте и энергии, а не к мгновенным результатам («похудеть за пять шагов»).
2. Дизайн упаковки должен помочь отечественным потребителям освоить новый для них продукт, показать, что белковые коктейли — это не только функционально и полезно, но и вкусно.
3. Дизайн станет стилистической опорной точкой для будущих проектов: полного оформления двух линеек, полиграфической и сувенирной продукции, сайта.

Маркетинговая информация

SKU, участвующие в конкурсе*

Белковый коктейль Dietelle (ваниль или шоколад на выбор)

Белковый коктейль VITime (ваниль или шоколад на выбор)

Цена

Dietelle — 450 рублей за коробку на 5 саше

VITime — 450 рублей за коробку на 5 саше

Регионы продаж, каналы дистрибуции

Крупные аптечные сети: Ригла, А5, Первая помощь, Доктор Столетов, АВЕ.

Супермаркеты: Цветной, Азбука Вкуса, Глобус Гурмэ, Бахетле, Перекресток Зеленый, Алые Паруса (Елисейский), Магнит.

Интернет-площадки: apteka.ru, eapteka.ru, zdravzona.ru, utkonos.ru.

Вероятно: Ашан, Ситистор, Перекресток, Лента, Виктория, а также автозаправки.

Функциональное УТП

Dietelle: качественный и натуральный белковый коктейль, позволяющий с удовольствием и пользой для организма контролировать аппетит, поддерживая красоту и здоровье.

VITime: качественный и натуральный белковый коктейль для повышения эффективности тренировок, созданный для людей, которые не занимаются спортом профессионально (а не для «касты» спортсменов-фанатиков).

Эмоциональное УТП

Dietelle: качественный и вкусный белковый коктейль для тех, кто с вниманием относится к своему организму и с разборчивостью — к питанию. Для тех, кто верит не в готовые решения вроде систем «похудеть за пять шагов», а в осознанный подход к рациону, и знает, что красота напрямую зависит от состояния организма.

VITime: качественный и вкусный белковый коктейль для тех, кто ведет активный здоровый образ жизни и с разборчивостью относится к своему рациону. Для тех, кому важно быть энергичным и эффективным как на тренировках, так и в офисе.

Конкурентные преимущества

Общие:

- Скрупулезный подход к составу: только проверенные безопасные ингредиенты, без компромиссов

- Доступность и безопасность: бренд будет широко представлен в аптеках и супермаркетах, а не в специализированных магазинах для спортивных фанатиков
- Доверие потребителей и фармацевтов: компания-производитель обладает отличной репутацией
- Универсальность и гибкость линеек: потребитель может комбинировать различные продукты обоих брендов* в зависимости от своих задач

Преимущества Dietelle:

- Отсутствие привязки к единой системе питания
- Безопасность компонентов в составе, чем не могут похвастаться препараты для похудения

Преимущества VITime:

- Удобная форма и граммаж (обычно спортивные добавки продаются большими фасовками).
- Все компоненты в составах имеют разрешенные в России дозировки (на рынке спортивного питания преобладают нелегально ввезенные препараты с дозировками, запрещенными законодательством РФ)
- Понятный спортивный продукт для людей, которые не занимаются спортом профессионально (а не для «касты» спорт-фанатиков).

Целевая аудитория

Характеристики ЦА

Аудитории брендов во многом пересекаются. Активные жители мегаполисов, среднего класса и выше, заботящиеся о своем здоровье и внешнем виде, выбирающие безопасные и натуральные продукты. Новаторы, готовые экспериментировать с новыми форматами добавок, новыми текстурами и составами.

Dietelle: Преимущественно женщины от 20 до 45 лет, внимательно относятся к своему организму, разборчивы в питании. Интересуются новинками сферы ЗОЖ, с интересом просматривают тематические блоги, внимательно читают этикетки продуктов питания и косметики, настороженно относятся к маркетинговым клише масс-маркета. Понимают, что красота напрямую зависит от состояния здоровья. Знают, что правильный рацион способен преобразить больше, чем чудодейственный крем. При этом не готовы полностью отказываться от приятных лакомств, просто предпочитают им здоровые альтернативы.

Существенную долю ЦА составляют молодые мамы, которые хотят больше времени проводить с детьми и оставаться в форме. Также — бизнес-леди, состоявшиеся женщины-руководители или те, кто стремится к этому статусу. Здоровая ухоженность — один из признаков современной успешной карьеры, однако подобный образ жизни отнимает массу времени. И здесь выручат продукты Dietelle.

VITime: Мужчины и женщины от 20 до 45 лет, ведущие активный здоровый образ жизни. Внимательно относятся к своему организму, разборчивы в питании, регулярно посещают спортзал, стремятся сохранять энергичность и концентрацию на тренировках, а также в офисе или на учебе. Ценят свое время, мобильны, деятельны, энергичны. Стремятся иметь красивое, подтянутое тело, здоровую ухоженную кожу, с удовольствием инвестируют в здоровье и внешность.

Проблемы покупателя, которые продукт способен решить

Dietelle:

1. Потребность в быстром, удобном и вкусном способе контролировать вес
2. Потребность в качественном здоровом продукте, помогающем контролировать аппетит
3. Скудный выбор белковых коктейлей на рынке для людей, контролирующих массу тела

VITime:

1. Потребность в качественном, здоровом и вкусном продукте, помогающем поддерживать активность
2. Поиск полезной, быстрой и более дешевой альтернативы профессиональному спортивному питанию до и после тренировок, которая делает их более эффективными
3. Скудный выбор белковых коктейлей на рынке, не направленных на профессиональных спортсменов

Конкуренция

Прямые конкуренты

В масс-маркете: [Худеем за неделю](#), [Рационика](#)

В аптечном сегменте: [Кембриджское питание](#), [Турбослим](#), [Nutricia](#), [Доктор Слим](#), [Рационика](#)

В сегменте сетевого маркетинга: [Нэчурал Бэланс](#) (Oriflame), [Herbalife](#), [Артлайф](#), [Бионик Баланс](#)

Косвенные конкуренты

Овсяные продукты [Velle](#); кисломолочная продукция брендов «Чистая линия», «Полезные продукты» и других

Зарубежные аналоги

[Maxitone](#), [Xtreme Lean](#), [ShapeWay](#), [Ideal Shape](#)

Вид упаковки и пожелания к дизайну

Основные параметры

Размер: в каждую коробку должно помещаться 5 саше 150 на 75 мм

Форма: на усмотрение дизайнера. От строгого прямоугольника можно уйти (как это сделано, например, в [данном продукте](#) Аквиона), горизонтальная или вертикальная ориентация коробки — также на выбор автора

Материал: картон 275 гр/см²

Эксперименты с форматом, вырубкой и постпечатной обработкой допустимы и приветствуются

Общие пожелания к дизайну

- Цветовое решение на усмотрение дизайнера
- Допустимо использование инфографики
- Допустимо использование иллюстраций, однако приоритет у фотографии
- Четкое, простое шрифтовое решение, каллиграфия недопустима
- Логотип не должен занимать слишком много места или «давить»
- Уход в эко-стилистику и агрессивный спортивный дизайн равно нежелательны

Требование к логике линеек

Белковые коктейли Dietelle и VITime представляют две близкие, хорошо сочетаемые между собой и дополняющие друг друга линейки. В будущем оба бренда будут представлены на едином сайте, где потребитель сможет выбирать продукт, отталкиваясь от конкретной потребности (для тех, кто занимается фитнесом; для тех, кто стремится снизить вес и т.д.) Важно, чтобы близость и единомыслие брендов были очевидны. Способ породнить Dietelle и VITime может быть любым: сквозной элемент, паттерн, идентичный принцип информационной иерархии и т.д.

Обязательные элементы и техническая информация

- Логотип
- Фотография продукта
- Заметная фотография ингредиента, «отвечающего» за вкус (например, крупные ломтики шоколада в дизайне упаковки шоколадного коктейля)
- [Тексты](#)

Недопустимые элементы

- Слоганы, обещающие эффект в конкретные сроки («Эффект за неделю», «Худеем за пять дней» и т.д.)

*Посмотрите общие структуры продуктовых линеек и все задействованные форматы упаковки для [Dietelle](#) и [Vitime](#)