

КРЕАТИВНЫЕ ИДЕИ

для 'КУБ БЬЮТИ'

СЛОГАН ДЛЯ YUMÉ

ЗАДАНИЕ 1

СУТЬ ЗАДАНИЯ 1

бренд
YUMÉ

продукт
Уходовая косметика
среднего ценового сегмента

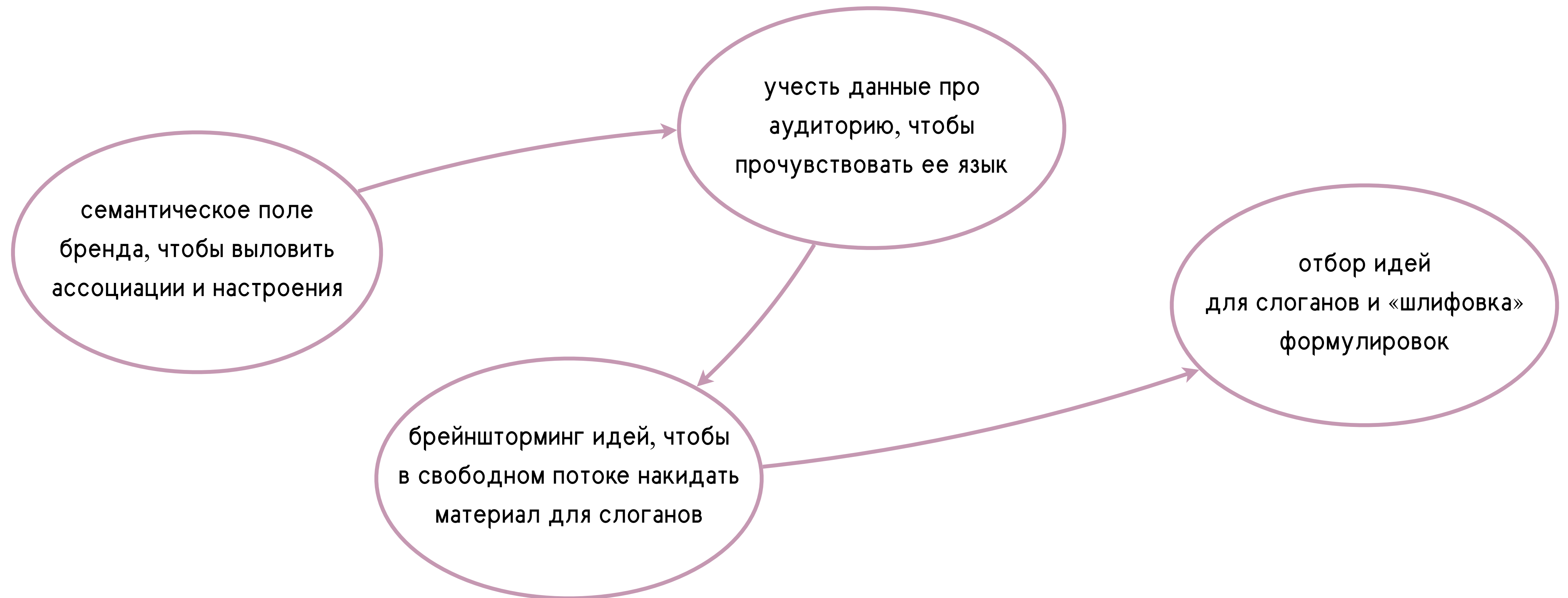
аудитория
Девушки 20-35 лет
из крупных городов.
Устали от спешки
и информационного шума

ценности
Осознанность, мягкость,
Чувственность, натуральность

философия
Забота о себе
как способ замедлиться
и вернуть себе ощущение
удовольствия от простых вещей

задание
3-4 вариантов слоганов бренда;
для рекламы, упаковки,
баннера или продукта

АЛГОРИТМ РЕШЕНИЯ



СЛОГАН 1.

YUMÉ

ПРЕДСТАВЬ СЕБЯ В ПОКОЕ

Идея общего слогана для бренда складывается из переделанной фразы «оставь себя в покое», так часто встречающей в рекомендательных психологических статьях, и перевода названия бренда (мечта, сон, представление чего-либо).

Между строк сохраняется идея о том, что пришло время замедлиться и почувствовать.

САВИНА ДАРЬЯ

СЛОГАН 2.

YUMÉ

КОЖЕЙ ЧУВСТВОВАТЬ ПРИЯТНО

Слоган балансирует на грани рационального и эмоционального, обыгрывая исключительно в положительном ключе неоднозначное выражение «я кожей чувствую», делает акцент на интеллектуальной и тактильной интуиции аудитории, без лишнего шума акцентирует тот факт, что аудитория внимательна к своим чувствам и ощущениям.

САВИНА ДАРЬЯ

СЛОГАН 3.

YUMÉ

УХОД, КОТОРЫЙ БУДЕТ С ТОБОЙ НЕЖЕН

КРЕМ

ПЕНКА

СЫВОРОТКА

Более чувственный и прямолинейный вариант слогана, который можно разложить для продуктов. Обыгрывается привычное на рынке слово «нежный», гармонируя с философией и ценностями бренда за счет использования размеренной фразы и более архаичных форм «нежен/нежна», которые ощущаются более спокойными и незавершенными в сравнении с «нежным/ой».

САВИНА ДАРЬЯ

СЛОГАН 4.

YUMÉ

КОСМЕТИКА, ВЛЮБЛЕННАЯ В ТИШИНУ

КРЕМ

ПЕНКА

СЫВОРОТКА

Слоган, вдохновленный идеей soft-life, которая пропагандирует тихое существование и безмятежную неспешную жизнь. Выбраны слова с приятными ассоциациями, также неспешные, поэтичные, сама фраза отсылает к общеизвестному «счастье любит тишину».

САВИНА ДАРЬЯ

ВСЕ ВАРИАНТЫ НА ОДНОМ СЛАЙДЕ

1. YUMÉ
ПРЕДСТАВЬ СЕБЯ В ПОКОЕ

2. YUMÉ
КОЖЕЙ ЧУВСТВОВАТЬ ПРИЯТНО

3. YUMÉ
УХОД, КОТОРЫЙ БУДЕТ С ТОБОЙ НЕЖЕН

4. YUMÉ
КОСМЕТИКА, ВЛЮБЛЕННАЯ В ТИШИНУ

EAT MY. BOTTLE

ЗАДАНИЕ 2

СУТЬ ЗАДАНИЯ 2

бренд

EAT MY

позиционирование

Эмоциональный и яркий бренд средств по уходу за губами, лицом и телом, вдохновлённый ароматами и эстетикой десертов, а также идеей дружбы, открытости и обмена хорошим настроением.

предмет

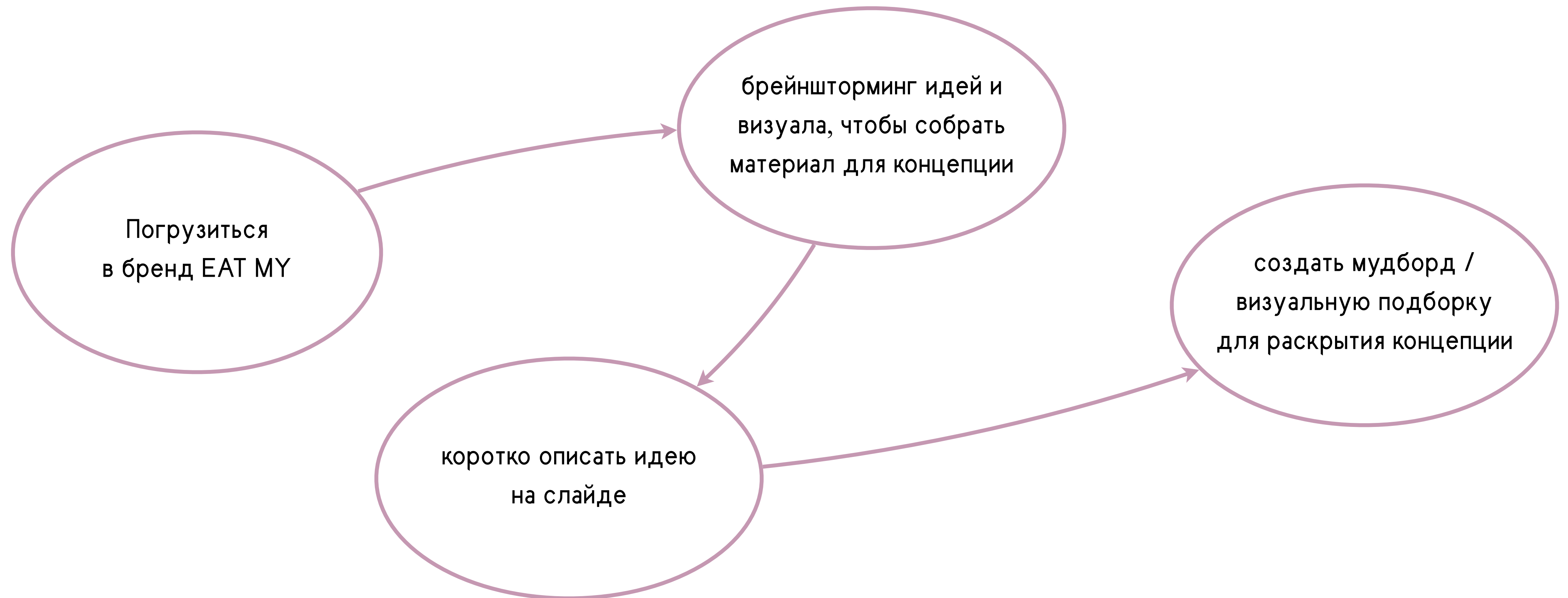
Многоразовая бутылка для воды.

задание

Придумать концепцию, объединяющую бренд и предмет, а именно, концепцию продукта, который побуждает человека тем или иным образом взаимодействовать с брендом или самим продуктом на протяжении некоторого времени приобретения. То есть, речь идет о начальном звене маркетинговой или PR-цепочки.

Важно отразить ценности бренда: игривость, удовольствие, дружелюбность, визуальная привлекательность .

АЛГОРИТМ РЕШЕНИЯ



ОПИСАНИЕ ИДЕИ

COOKING REELS

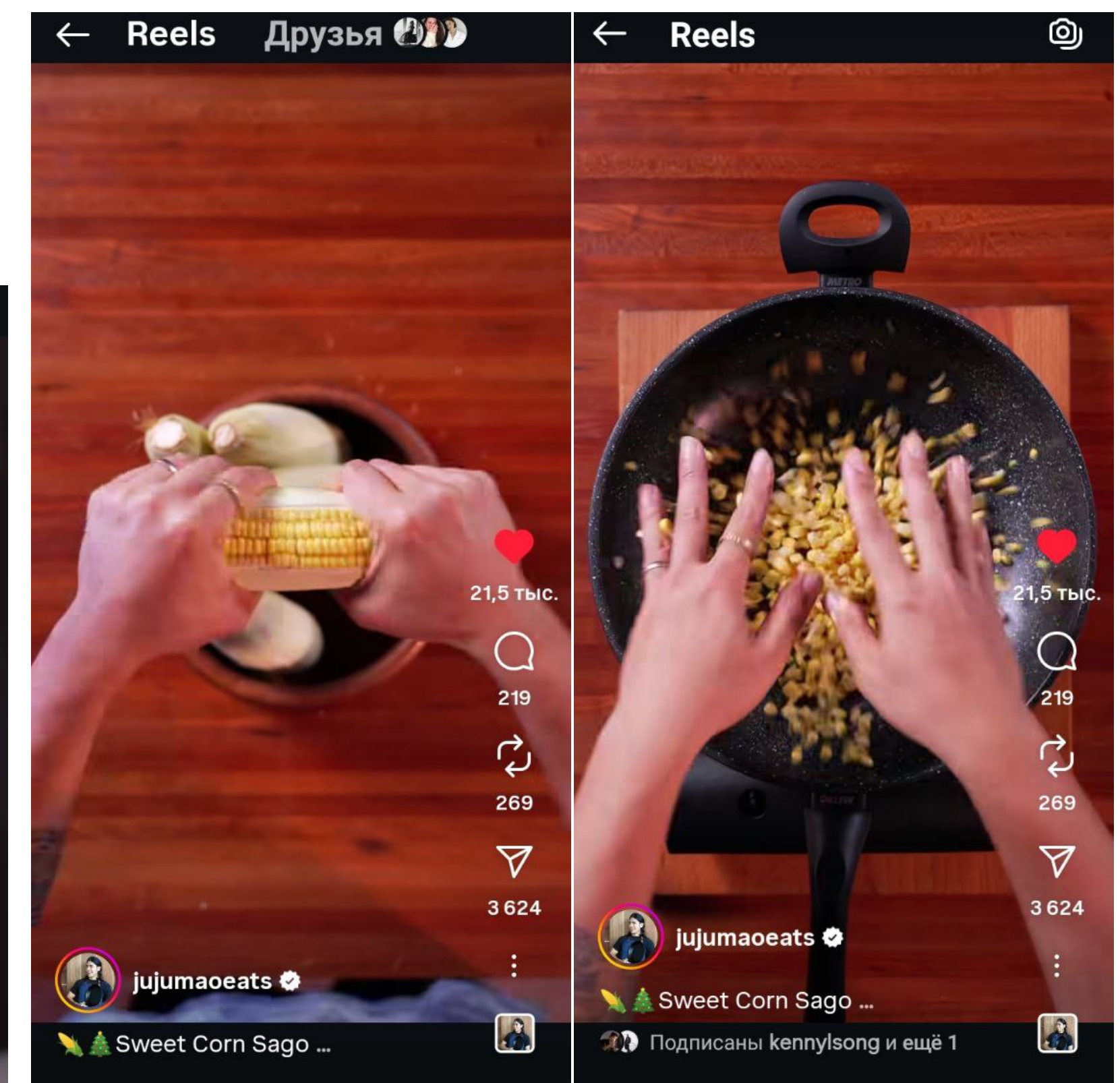
Вдохновляемся десертами, которыми вдохновляется бренд. Сочно и играючи, делаем напитки с собой, снимая на видео всё так, что ЦА хочет и себе такие рилсы.

СОЧНО И ИГРАЮЧИ – ЭТО...



Приготовить что-то обалденно вкусное
и красивое, сделав руками пум, пум и пум

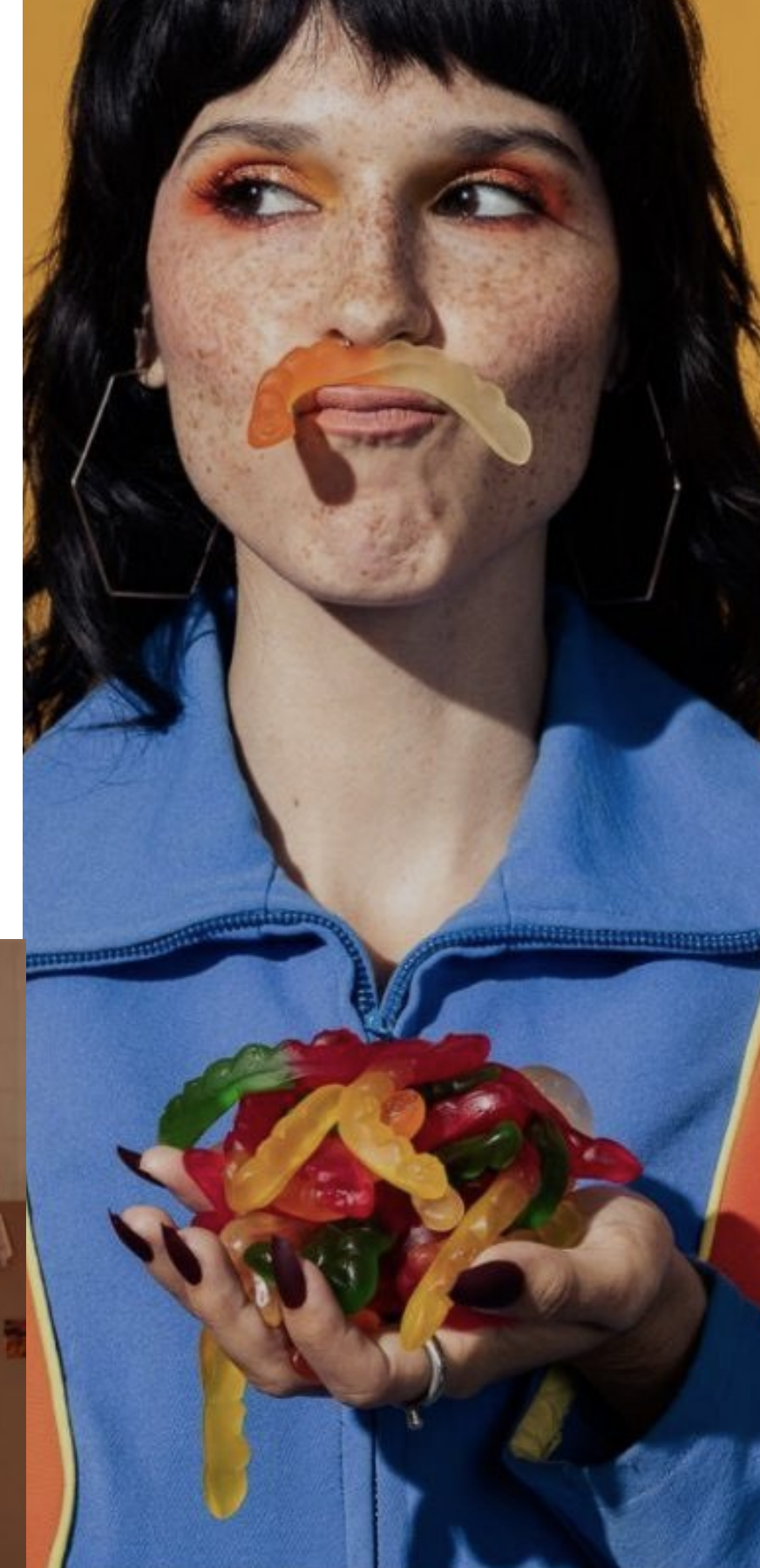
Эффектно разломать всю шоколадку
или по хлопку красиво нарезать лук
как [@kennylsong](#)



Рассыпать зернышки кукурузы, как конфети,
из початка сразу на сковородку
как [@jujumaoeats](#)

САВИНА ДАРЬЯ

НО ВОТ С ТАКИМ ХАРАКТЕРОМ



Изображения взяты с Pinterest и из запрещенной в РФ сети, из-за авторских прав использование в коммерческих целях запрещено.

САВИНА ДАРЬЯ

PR-РАССЫЛКА EAT MY

ЗАДАНИЕ 3

СУТЬ ЗАДАНИЯ 3

бренд

EAT MY

позиционирование

Эмоциональный и яркий бренд средств по уходу за губами, лицом и телом, вдохновлённый ароматами и эстетикой десертов, а также идеей дружбы, открытости и обмена хорошим настроением.

продукт

Пенка для умывания с ароматами свежавыжатых соков. Текстура - легкая пена, как на поверхности фруктового флеша.

ассоциации

Бодрость, чистота, пробуждение, свежесть, текстура

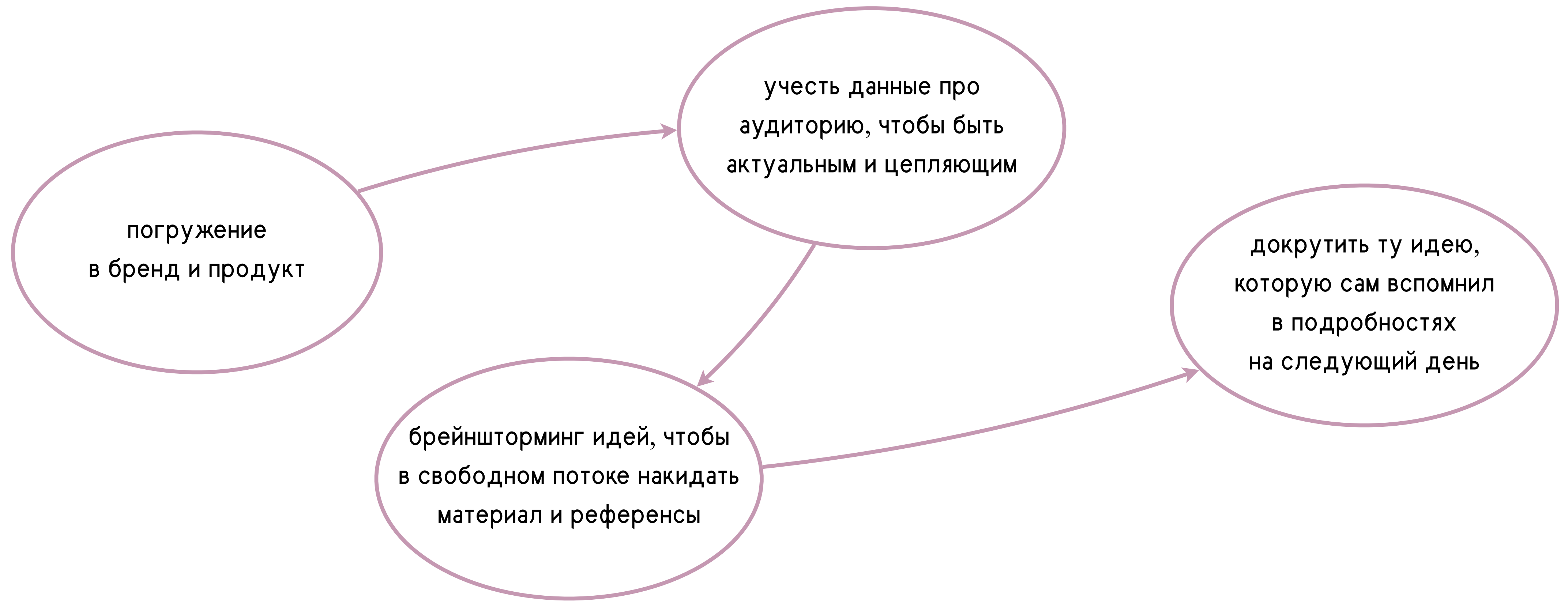
задание

Придумать концепцию PR-рассылки для блогеров и СМИ. Важно написать, что отправляем, как оформлено, какая упаковка; описание идеи рассылки, почему она отражает суть продукта; какие эмоции должен испытать получатель.

формат

Описание концепции и мудборд / референсы.

АЛГОРИТМ РЕШЕНИЯ



ОПИСАНИЕ ИДЕИ

ПОРА, КРАСАВИЦА, ПРОСНИСЬ

Создаем такой интерактивный комикс, который дает прочувствовать бренд на ощупь и заряжает идеей для контента: готовый сюжет для короткого видео + реальные ощущения от нового продукта.

ЧТО РАССЫЛАЕМ

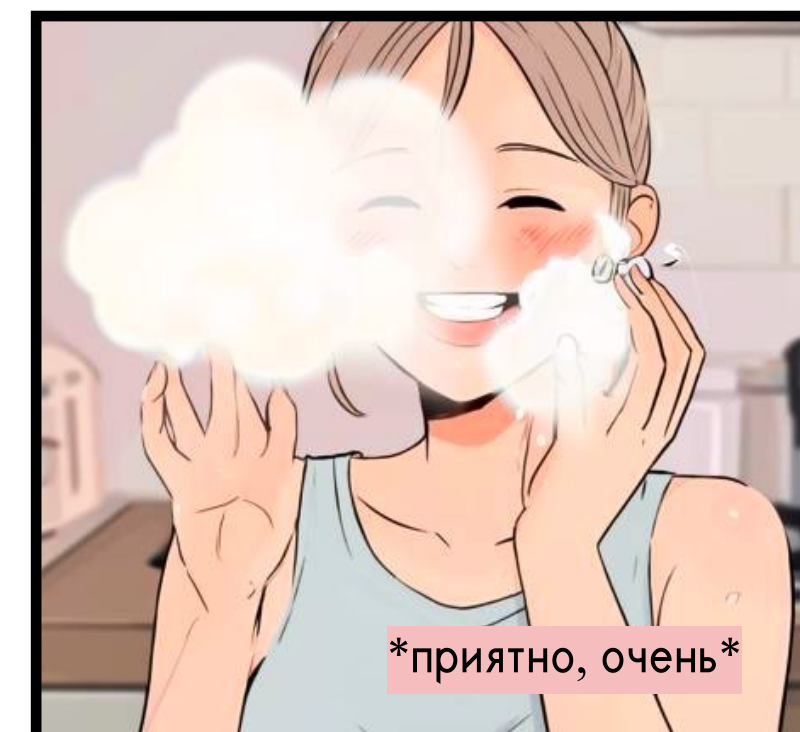
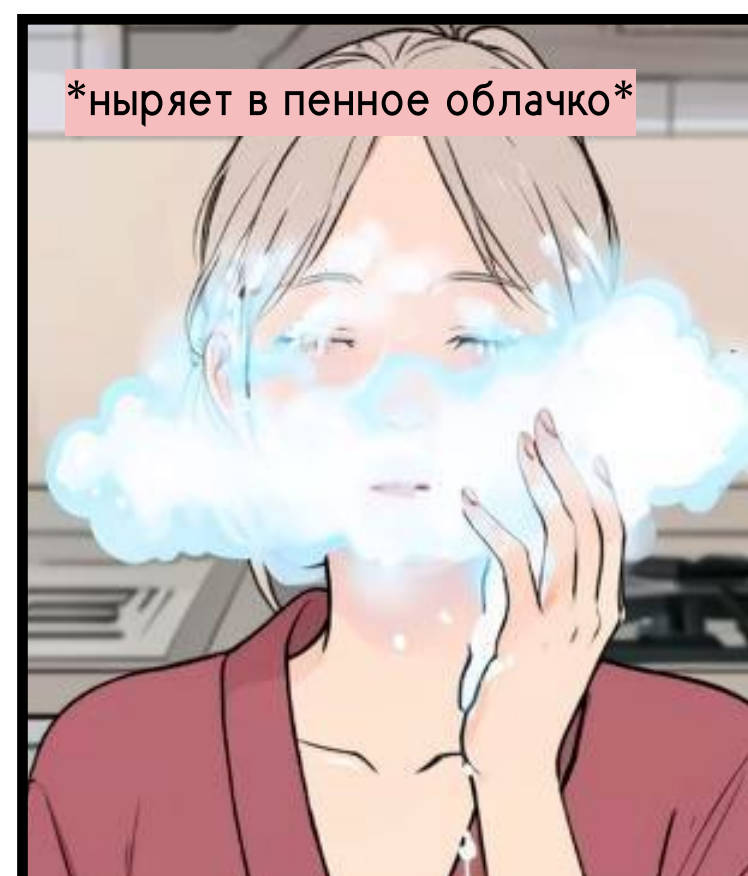
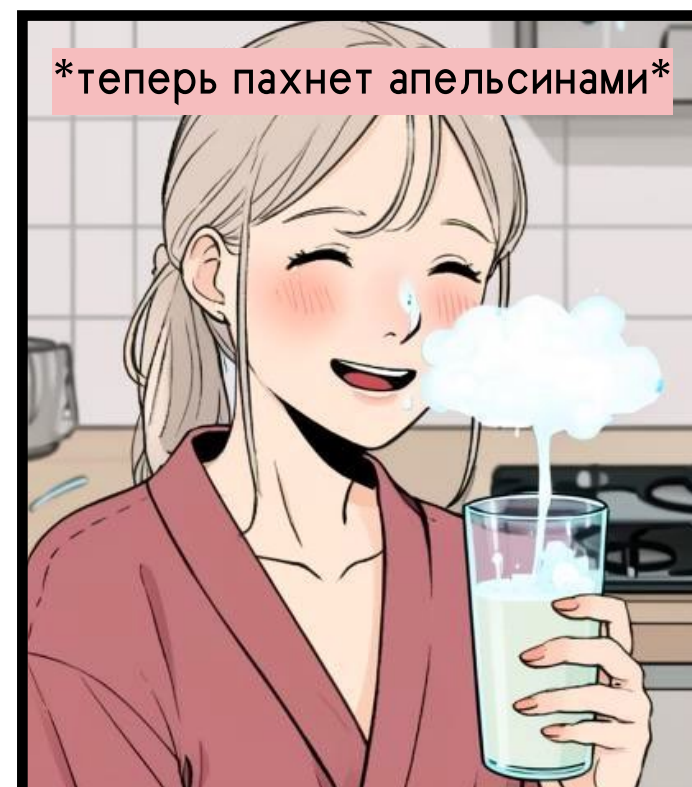
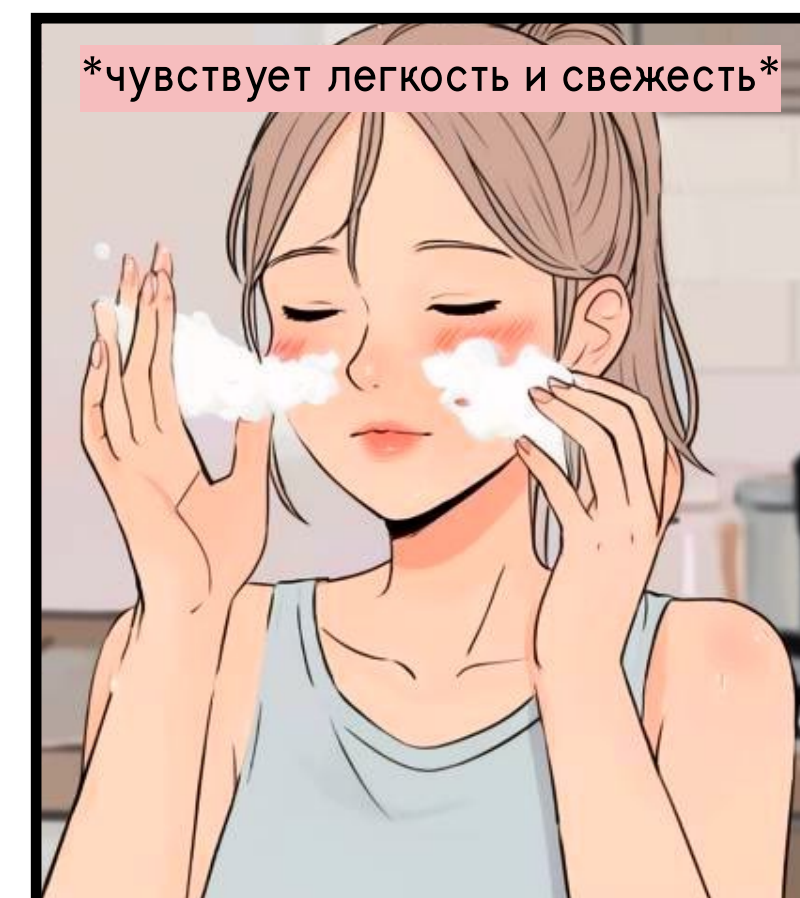
«ТРОГАТЕЛЬНЫЙ» КОМИКС

Легкий забавный комикс в формате небольшой книжки с тактильными и/или подвижными элементами. Через визуал и минималистичный текст передаются эмоции и факты, а через элементы — ощущения и чувства, которые вызывает бренд и продукт. Подобные книги делают, например, happinside.ru , а комиксы рисуют comixlab.ru

Комикс одновременно служит ощущаемой интерпретацией сути бренда и дополнительной идеей сюжета для коротких видео. Он заинтересовывает, дает прочувствовать и вдохновиться.

Элементы — текстуры и ткани, которые вызывают те же ассоциации, что и продукт, и мягкая сочная пенка от фруктового фреша. Можно передать запах, мягкость, пористость, чистоту и т.п.

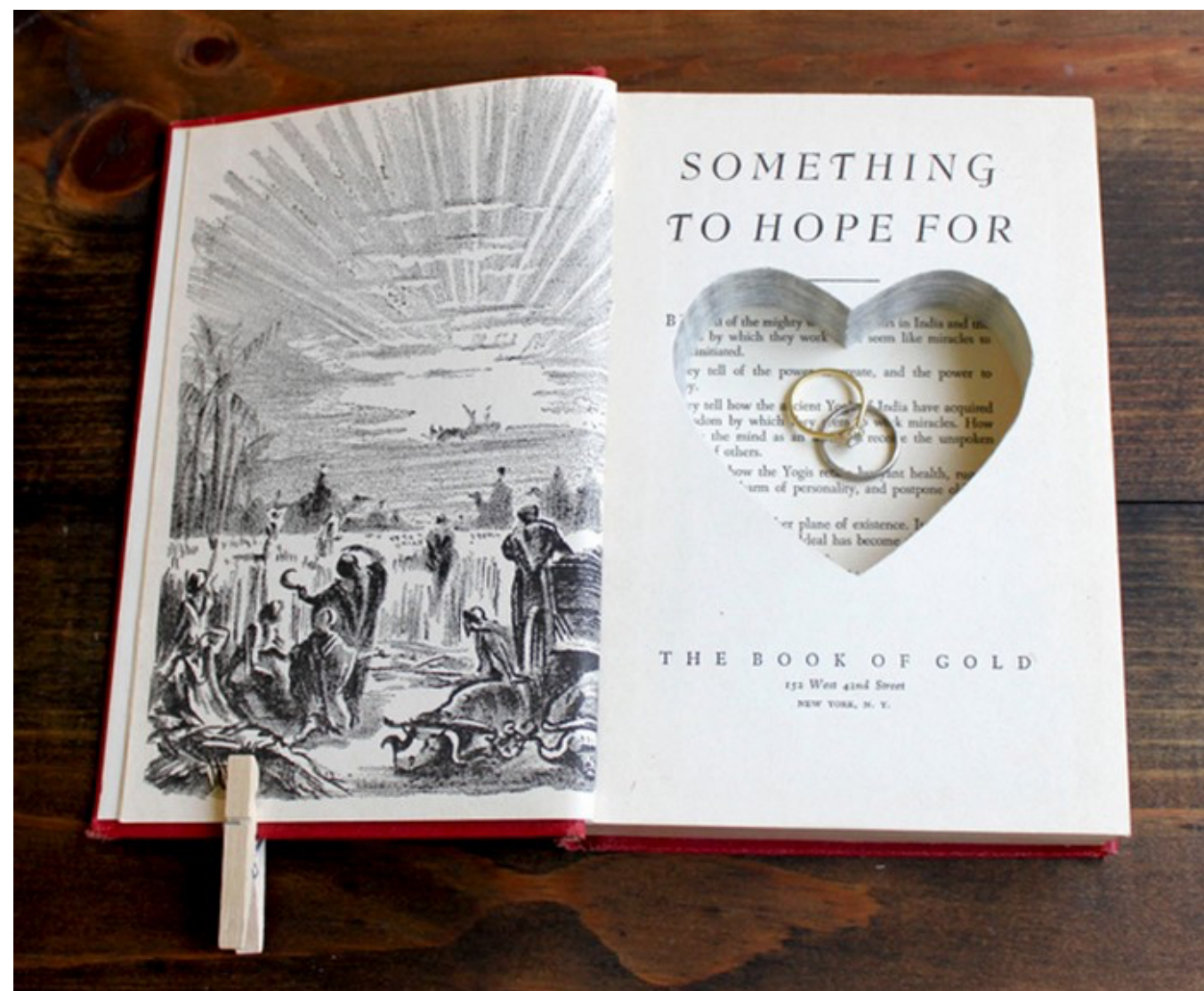
СТОРИТЕЛЛИНГ



*Изображения созданы с помощью ИИ

САВИНА ДАРЬЯ

ФИЗИЧЕСКИЕ РЕФЕРЕНСЫ



САВИНА ДАРЬЯ

3 CREATIVE BENCHMARKS

ЗАДАНИЕ 4

СУТЬ ЗАДАНИЯ 4

цель

Продemonстрировать насмотренность и
источники вдохновения.

содержание ответа

3-5 кейсов креатива, РФ или мир. Описать, в чем
идея, почему понравилась, чем выделяется.

БЕНЧМАРК 1

GLOSSIER



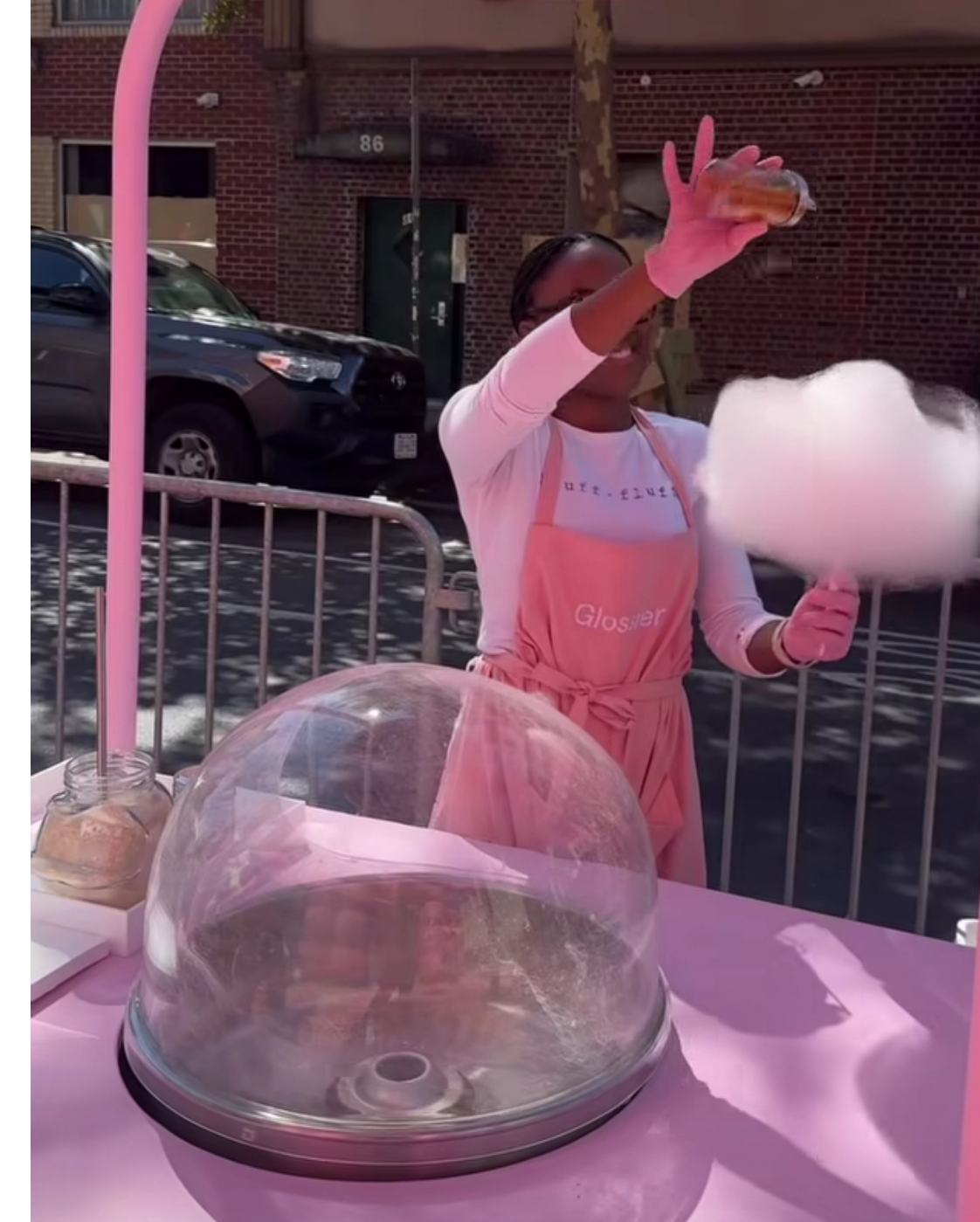
Воздушный розовый рор-уп в Бруклине с огромными bounce стенами, компактными фотобудками, диджеями и сахарной ватой в честь запуска «плюшевых» румян.

ПОЧЕМУ ИНТЕРЕСНО

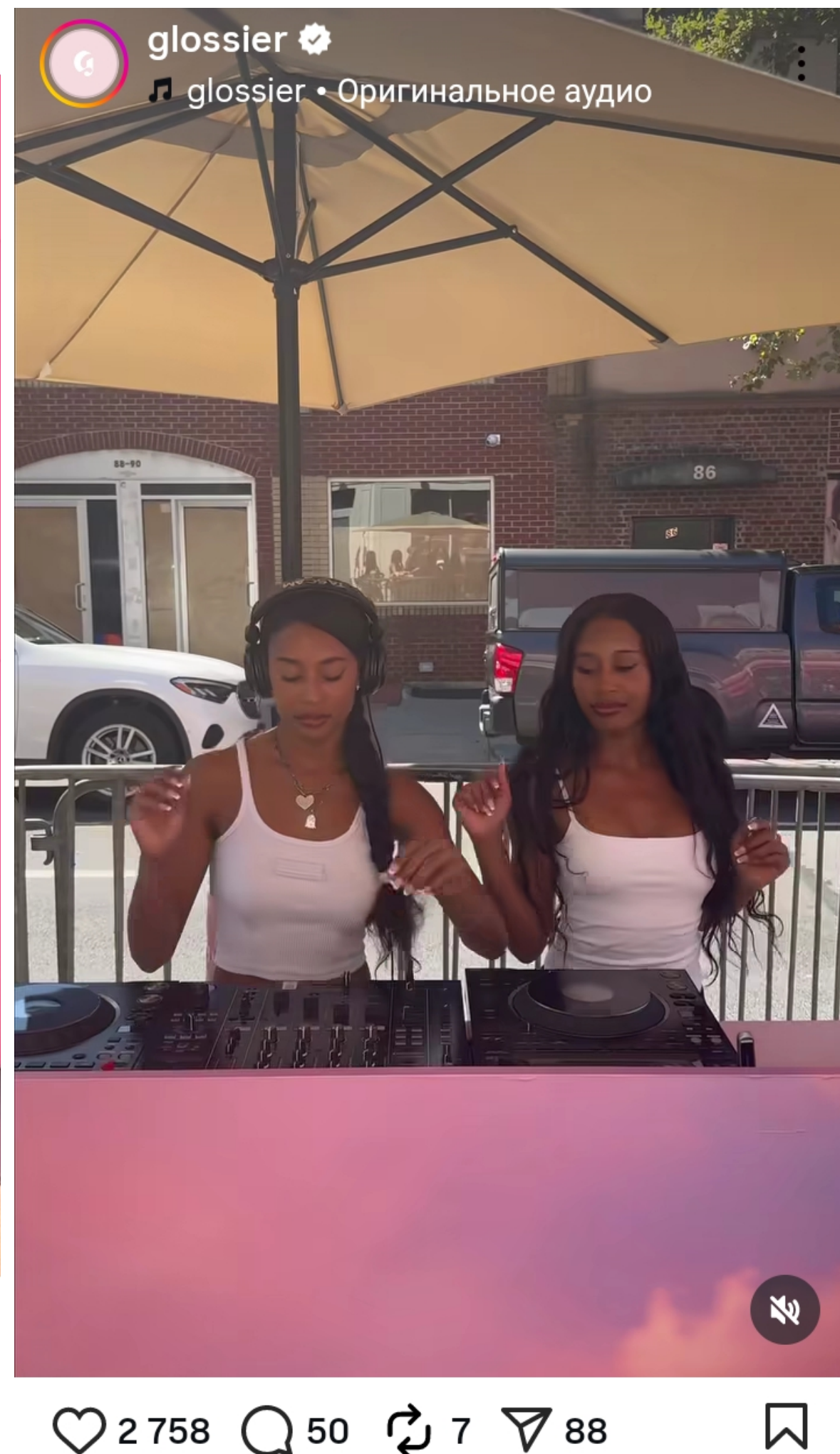
GLOSSIER

Возможность полного погружения в философию и ценности нового продукта на три дня. In the clouds, именно так назывался pop-up, был открыт в выходные, с пятницу по воскресенье.

Бренд (и продукт) можно было изучить и попробовать не только буквально через использование продукта, но и метафорически — прочувствовать характер Plush Blush, потрогав необычные стены, насладившись сладостью сахарной ваты, подурочившись в фотобудке с подружками, и так далее.



КАК ВЫГЛЯДЕЛО



САВИНА ДАРЬЯ

БЕНЧМАРК 2

VELV



Бренд премиальных мобильных аксессуаров,
который превращает цифровой мир в осязаемый,
стильный и приятный на ощупь.

Шорт-лист Red Apple.

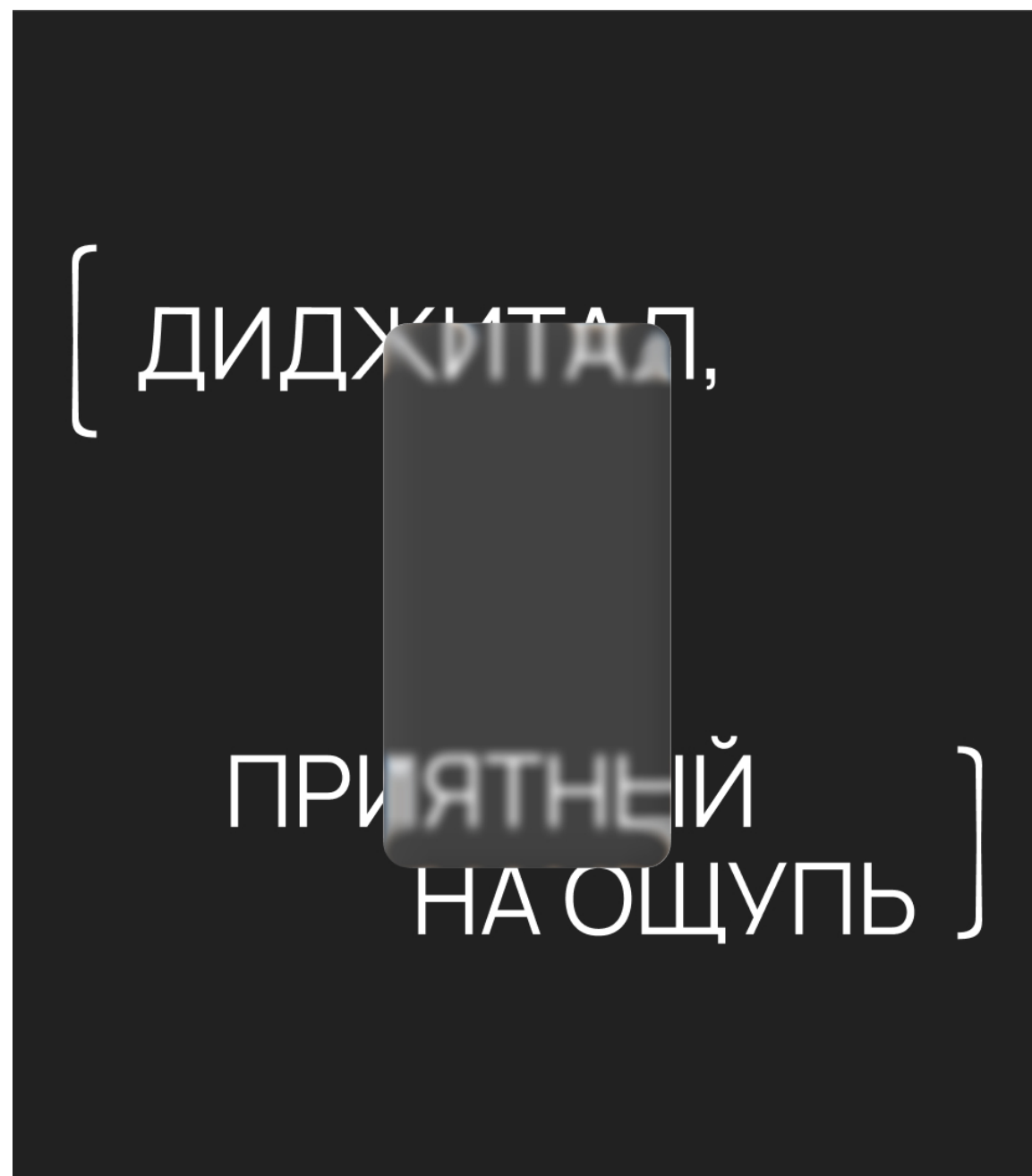
САВИНА ДАРЬЯ

ПОЧЕМУ ИНТЕРЕСНО

VELV

Акцент на реальные эмоции, эстетику и тактильные ощущения, так как функциональность, про которую говорят другие бренды мобильных аксессуаров — это уже само собой разумеющаяся база.

Бренд представляет аудитории мобильные аксессуары под нестандартным углом благодаря концепции «touch and feel»: визуальные решения бренда не только привлекают интерес, но и вызывают желание прикоснуться.



САВИНА ДАРЬЯ

ВИЗУАЛ

VELV | A NEW BRAND OF TACTILE ACCESSORIES

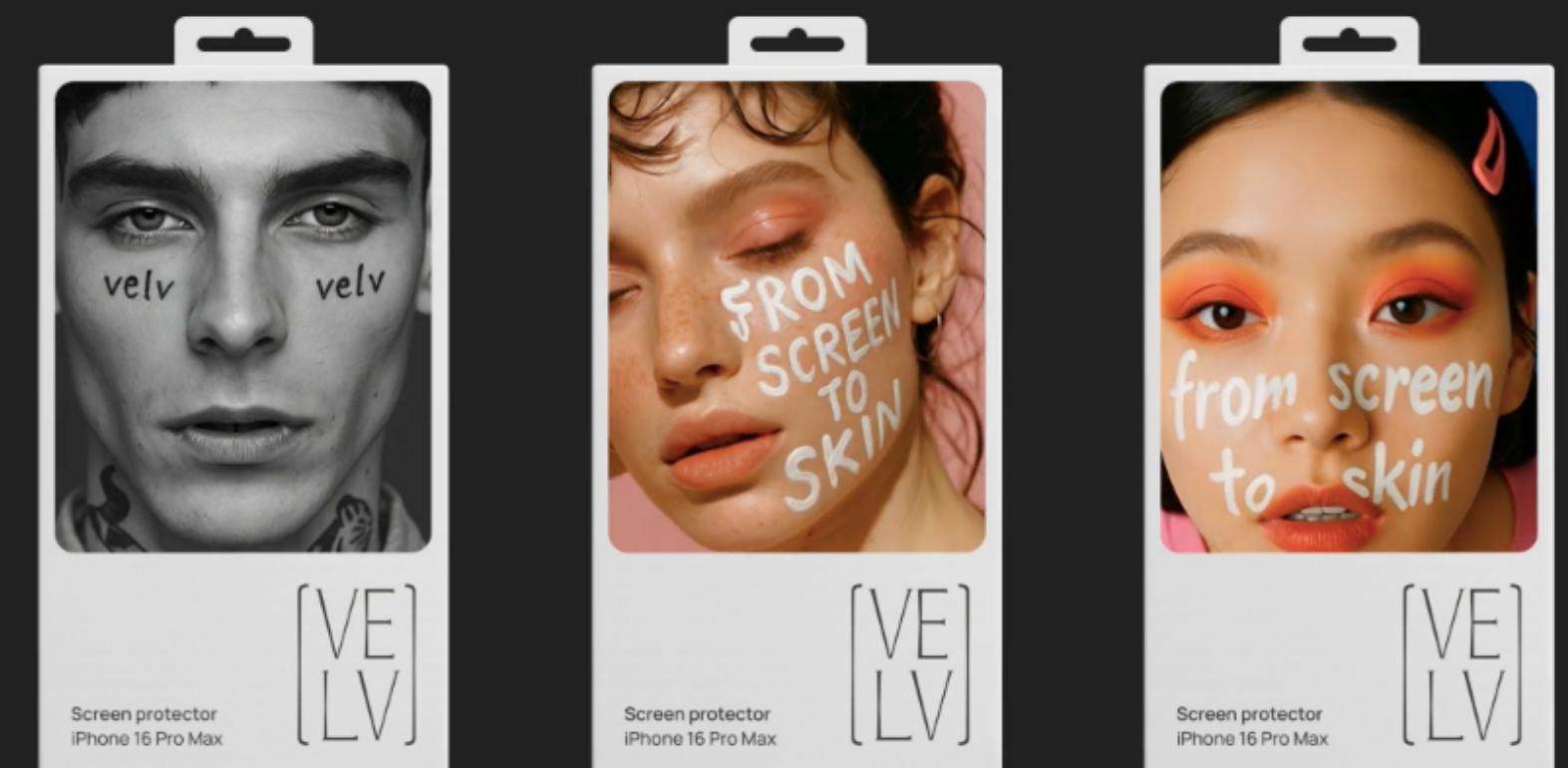
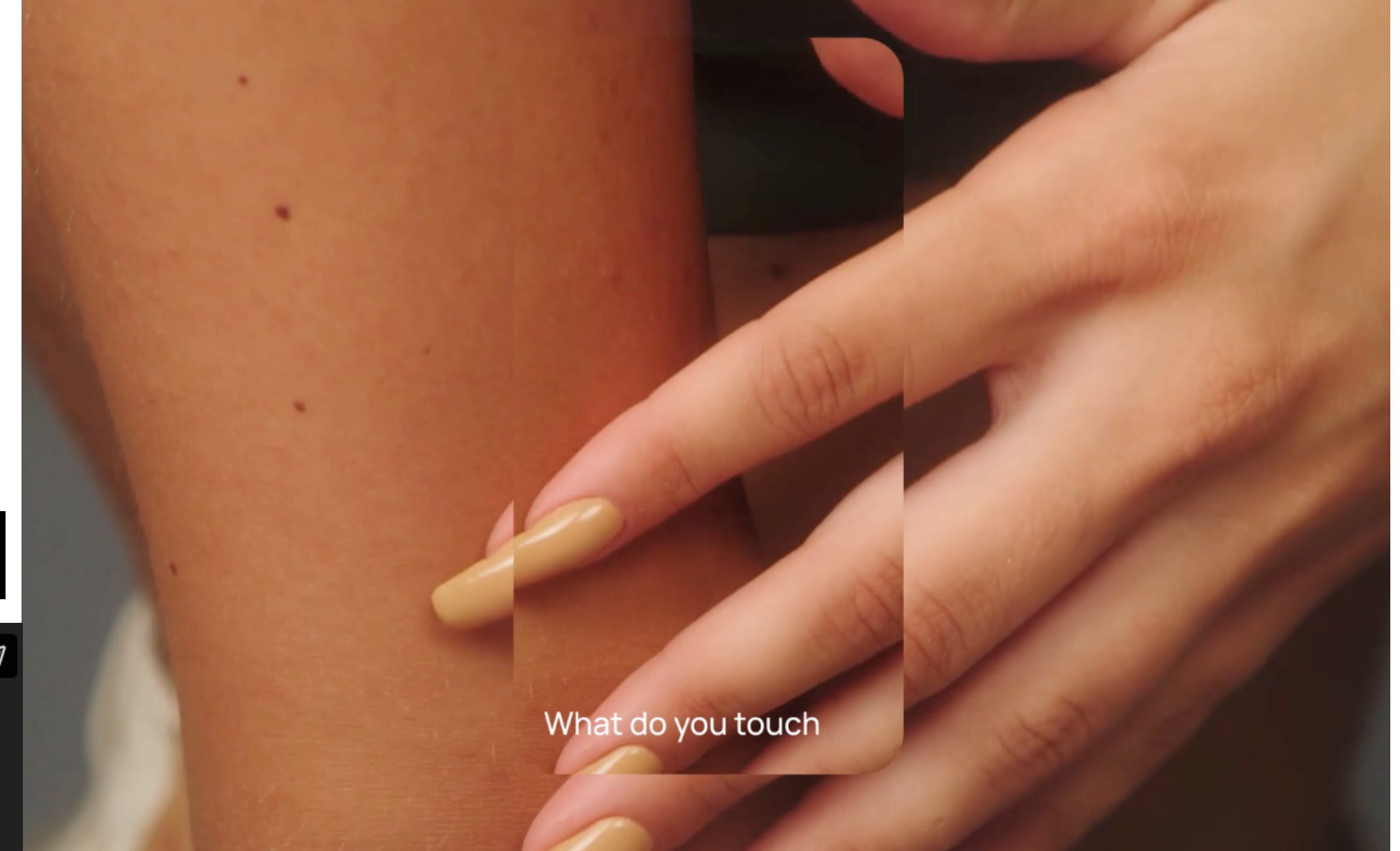
Positioning

A brand of premium mobile safety glass and accessories that becomes a guide to the world of real sensations, making digital stylish and pleasant to the touch



General insight

I want to enjoy the present, but the world has become digital and too artificial



БЕНЧМАРК 3

SICK SICK SOUL



Мини-альбом (цифра, CD и винил) и шесть видео
с продуманным сторителлингом, органично
объединивший двух независимых музыкантов из UK.

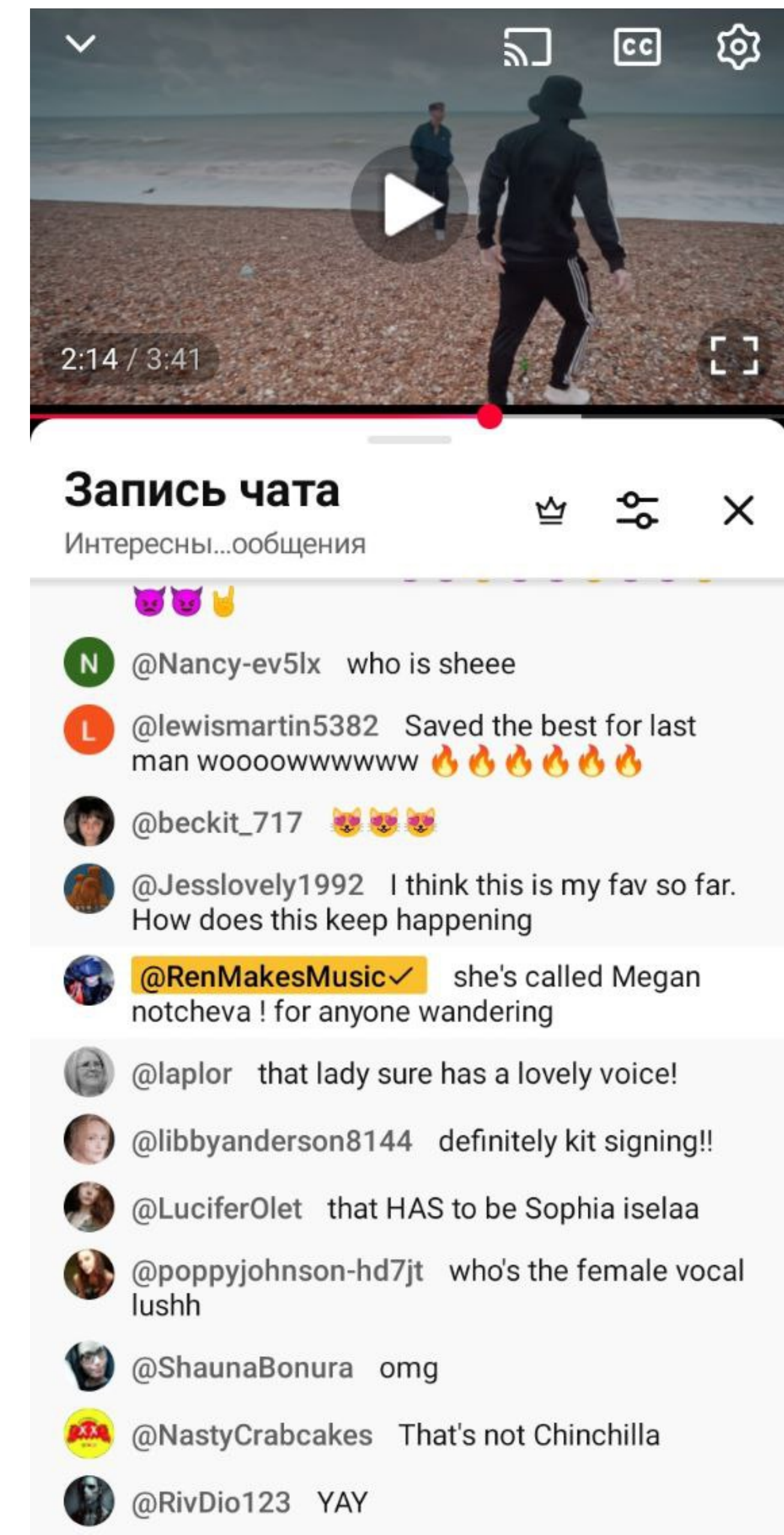
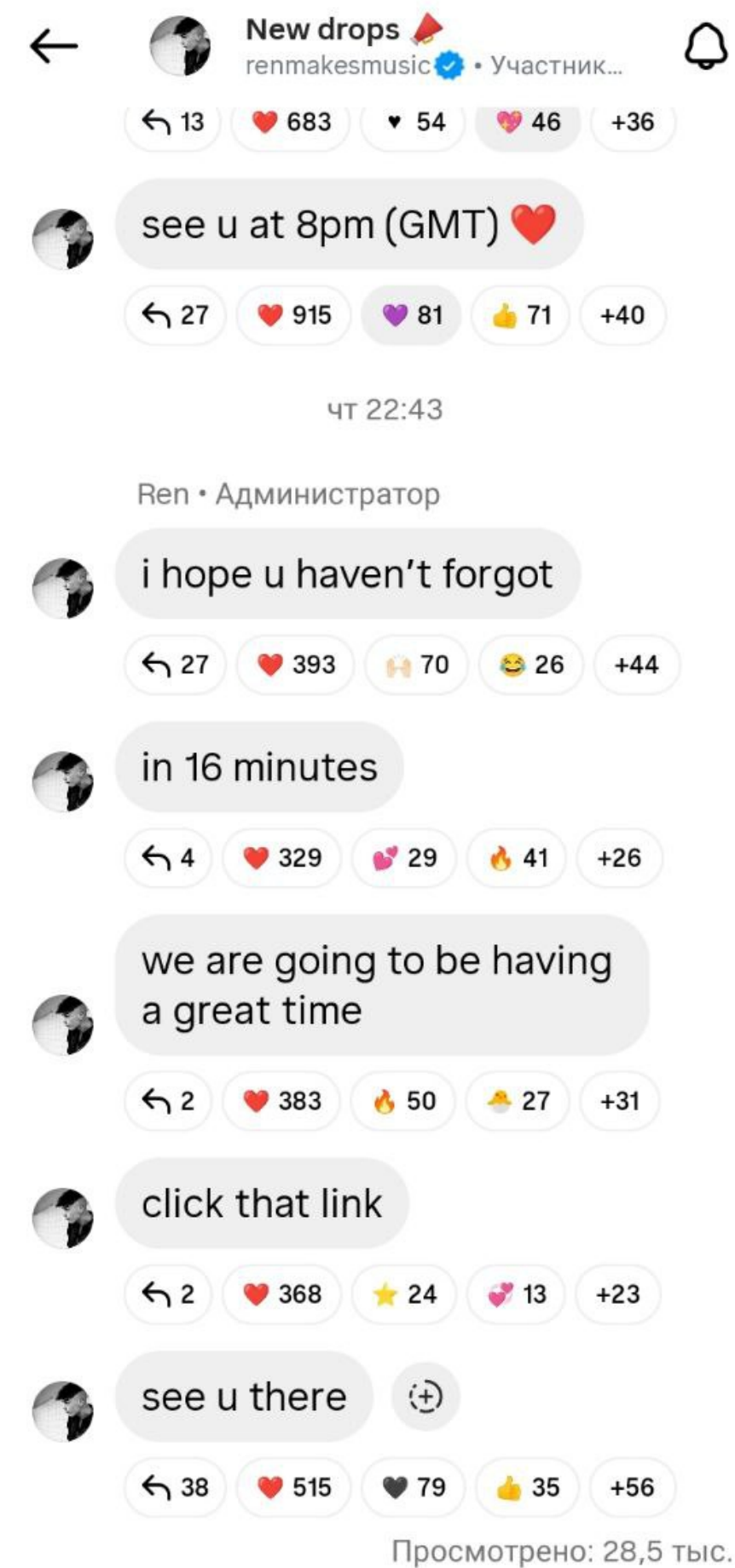
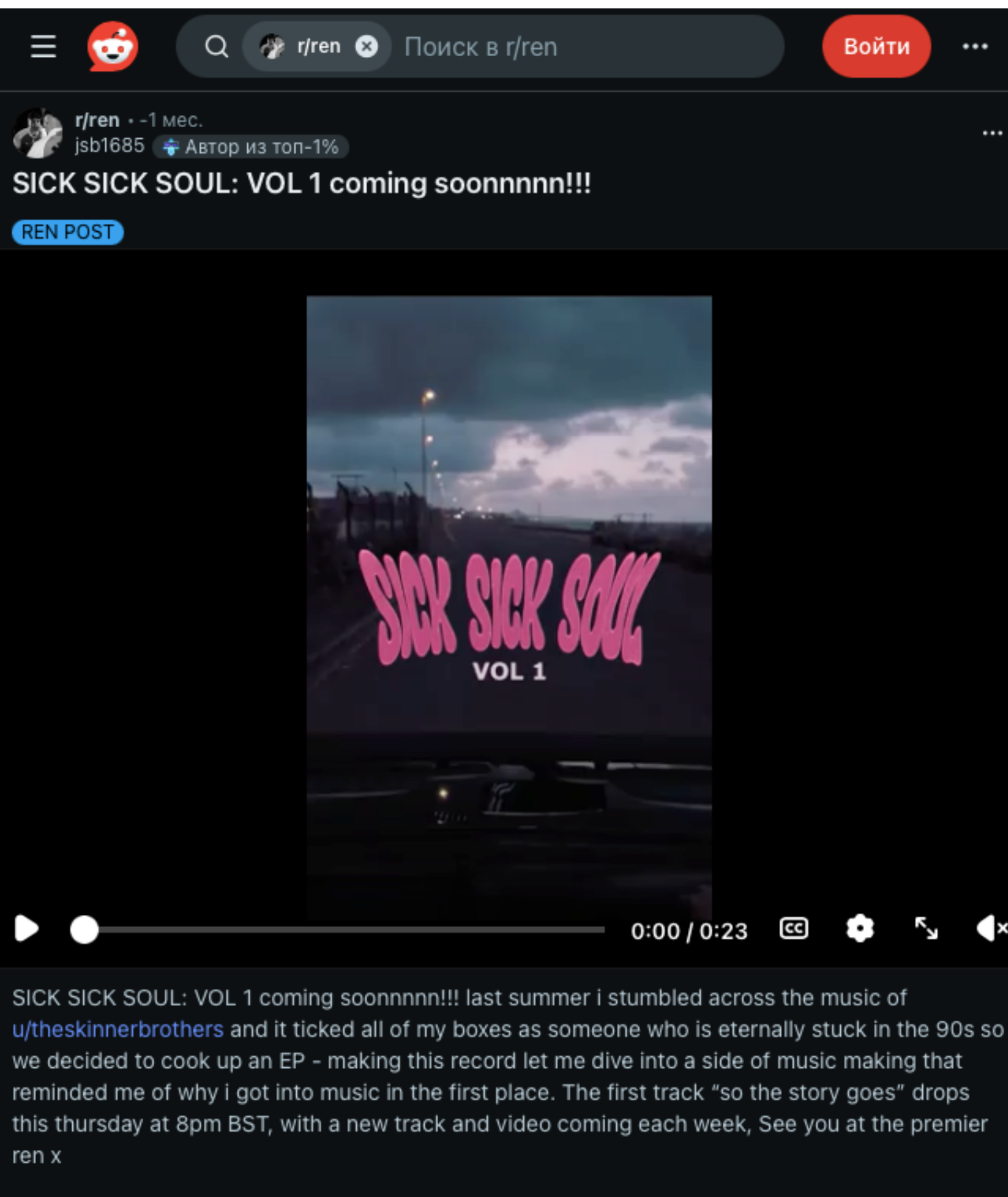
ПОЧЕМУ ИНТЕРЕСНО

SICK SICK SOUL

В течение 6 недель каждый четверг вечером на YouTube транслировалось новое видео с ЕР. Каждая трансляция была с живым чатом, в котором активно принимали участие сами музыканты. За счет этого участники ощущали принадлежность к комьюнити и к созданию неординарного значимого для современной независимой музыки проекта.

За счет тесного сотрудничества с определенным сегментом блогеров (съемка реакций на музыкальные видео), распространялось большое количество позитивных отзывов и нарезок видео, контента для соц. сетей и репостов. Каждый из блогеров среагировал на все выпущенные песни.

КАК ВЫГЛЯДЕЛО



САВИНА ДАРЬЯ

СПАСИБО, КУБ БЬЮТИ,
БЫЛО УВЛЕКАТЕЛЬНО

Буду рада обсудить идеи лично,
или поштурмить вместе креатив
уже в рабочем режиме

<https://t.me/savinavida>

savinavida@gmail.com

САВИНА ДАРЬЯ