

Бриф на разработку дизайна упаковки ООО «Русский мороз»

Компания / бренд	
НАЗВАНИЕ КОМПАНИИ	Русский мороз
Продукт	Пельмени «Рязанские» 1000 г в пакете дой-пак и 500 г в лотке
Торговая марка	Пельмени «Рязанские»
История бренда	
Места продаж	Федеральные сети,
Цена (розница)	250-270 руб.
Регионы продаж	Рязанская область, Москва и МО
Рекламная поддержка	
Основные конкуренты	Мираторг, Цезарь, Сибирская коллекция
Цена конкурентов (розница)	Мираторг 280 руб, Цезарь 400 руб, Сибирская коллекция 450 руб
Продукт	
Описание продукта	Пельмени из свинины и говядины максимально близкие к домашним на вкус, без искусственных ингредиентов
Главное (уникальное) преимущество	Узнаваемость продукта на Рязанском рынке
Другие преимущества	оптимальное соотношение цена/качество, натуральный состав
Основной недостаток	Снижение качества
Другие недостатки	Устаревший дизайн упаковки и отсутствие бренда

Цена	
Ценовая сегментация рынка	Низкий, средний минус, средний, средний плюс, премиум
Ценовой сегмент бренда	Средний плюс, средний
каналы продаж	
Основные каналы	Торговые сети, гипермаркеты, магазины формата «У дома», локальные сети, традиционная розница
Территориальное покрытие	Рязанская область, Москва и МО, регионы ЦФО
конкуренты	
Актуальное конкурентное окружение	Мираторг, Цезарь, Сибирская коллекция
Преимущества конкурентов	Федеральные рекламные кампании, федеральная узнаваемость, активный трейд-маркетинг
Недостатки конкурентов	Цезарь и Сибирская коллекция – высокая цена
Цена конкурентов (розница)	Мираторг 280 руб, Цезарь 400 руб, Сибирская коллекция 450 руб, Ложкаревъ 220 руб
целевая аудитория	
Целевые группы Возраст, пол, профессии, увлечения, доход, уровень образованности, уровень культуры и т. д.	Мужчины и женщины 25-55 лет (преимущественно от 30) в соотношении 50/50 (по результатам исследования). Средний доход. Профессии и хобби разнообразны. Преимущественно консервативны
Основная целевая группа Возраст, пол, профессии, увлечения, доход, уровень образованности, уровень культуры и т. д.	Женщины 35-55 со средним доходом
Потребительские выгоды Рациональные, социальные, эмоциональные.	Экономия времени, приобретение продукта с домашним качеством по умеренной цене

Потребительские барьеры	Снижение доверия к качеству вследствие его ухудшения
Технология принятия решения о покупке	Покупает по традиции, по привычке, из доверия бренду, по совету знакомых
Заполняется при отсутствии стратегии бренда	позиционирование бренда
Текущее позиционирование бренда	Это продукт высокого качества по умеренной цене. Это традиционно любимые пельмени во многих семьях. Свой, родной продукт от местного производителя, способный заменить домашние пельмени. Близость к потребителю, отзывы от друзей и знакомых о высоком качестве
дополнительная информация	
Референсы	Вкус, натуральность, безопасность, надежность
Имеющиеся результаты исследований	Собственные исследования по портрету потребителей пельменей (Мужчины и женщины 25-55 лет (преимущественно от 30) в соотношении 50/50 (по результатам исследования). Средний доход. Профессии и хобби разнообразны. Преимущественно консервативны)
технические требования и ограничения	
<p>Пакет:</p> <p>Ширина пакета = 490 мм</p> <p>Ширина центральной части =160мм</p> <p>Высота пакета = 390 мм</p> <p>Размер боковой складки 30+30 мм (размер боковой складки с одной стороны, с другой стороны такая же складка)</p> <p>Место расположение клипсы – на расстоянии 110 мм от верхней части пакета.</p> <p>В связи с выбором поставщика размеры складок могут измениться</p> <p>Лоток:</p> <p>187x137x60</p> <p>Ширина обечайки на усмотрение</p>	

дизайнера. Высота может измениться.

контактная информация

Фиио	Евтишин Павел Викторович
Телефон, e-mail	8 910 613 05 36 evtishin@rusmoroz.ru

сроки исполнения заказа, сумма

30 дней	105 000 рублей
---------	----------------

Согласовано:

Заказчик:



М.П.

исполнитель:

М.П.