

Imageový stojan Adriana

Zadání:

Imageovým stojanem podporovat novou komunikační strategii značky, sekundárně pak využití při zavádění nových produktů a prezentaci produktů v rámci cross-promotion.

Cíl:

Podpora nového positioningu značky ADRIANA. Stojanem sdělit zákazníkovi, že produkty značky Adriana se nyní nacházejí v nejvyšším kvalitativním a cenovém segmentu s ohledem na zdravý životní styl. Stojan by měl vycházet ze struktury a strategie značky a už z jeho vizuálu by měla být patrna dynamika, zdravý životní styl, vitalita... Sekundárně bude využíván při zavádění nových produktů na trh a prezentaci produktů v rámci cross promotion.

Umístění:

na podlaze, přístup z jedné nebo obou stran

Cena:

maximálně do 7000 Kč

Materiál:

polaminovaná dřevotřísková deska s polepem

Cílová skupina:

primárně ženy 25 – 44let

Komunikační prvky:

netradiční tvar stojanu a možnosti umístění brandingů případně grafického potisku, realistické fotografie těstovin, nápadná červená barva

Popis:

Můj imageový stojan vychází z tvaru těstoviny fusilli (vřetena) a zákazníka upoutá svou netradiční konstrukcí a výrazným grafickým polepem. Stojan prezentuje vitalitu a dynamiku a štíhlou linii. Zvolila jsem celkové vyznění prodejního stojanu převážně v červené pro upoutání pozornosti. Variabilní regál je možno si zvolit jakýkoliv, doporučuji však ty zákazníkovi oku nejbliž. Mým stojanem jsem chtěla taktéž zajistit možnost jednoduchého přelepu pro další in-store kampaně.

