

OSTRAVAR



Zadání

CÍL

- podpora marketingové kampaně a prodeje novinek
- navázání vztahu se spotřebiteli, oslovení nových konzumentů
- působit věrohodně nebo prémiově, rozhodně ne levně a nekvalitně
- Cílovka:
 - 1) Troufalí v republice
 - 2) mladí v MS regionu
 - 3) současní konzumenti – prohloubení vztahu se značkou

Použít:

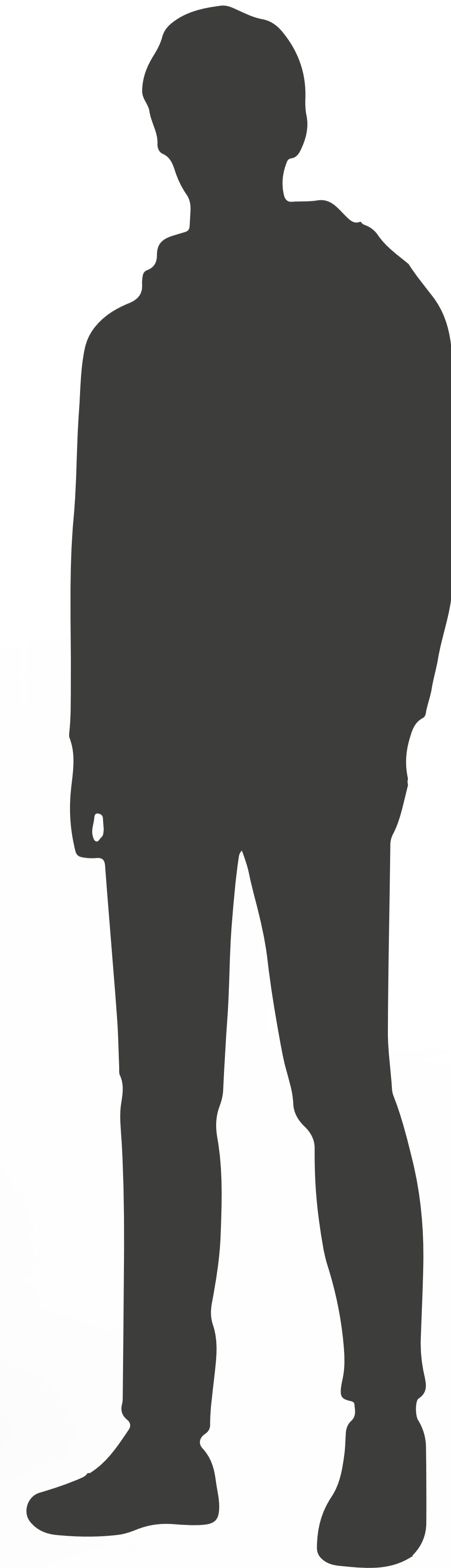
- moment překvapení
- sdílení na sociálních sítích
- uvést netradičním způsobem

SDĚLENÍ

- Že jsme značka, která chce a dělá věci opravdově, tak trochu po svém a hlavně uvěřitelně. Že se nestydíme za svůj původ, protože to je moment, který nás primárně definuje.

Anotace

Ostrůvkový stojan pojme minimálně 144 plechovek. Tvar stojanu je trojúhelníkový, takže je dobře přístupný a viditelný ze všech stran. Koncept je založen na grafice, která odkazuje na vizuální identitu Ostravy ("Ostrava!!!").



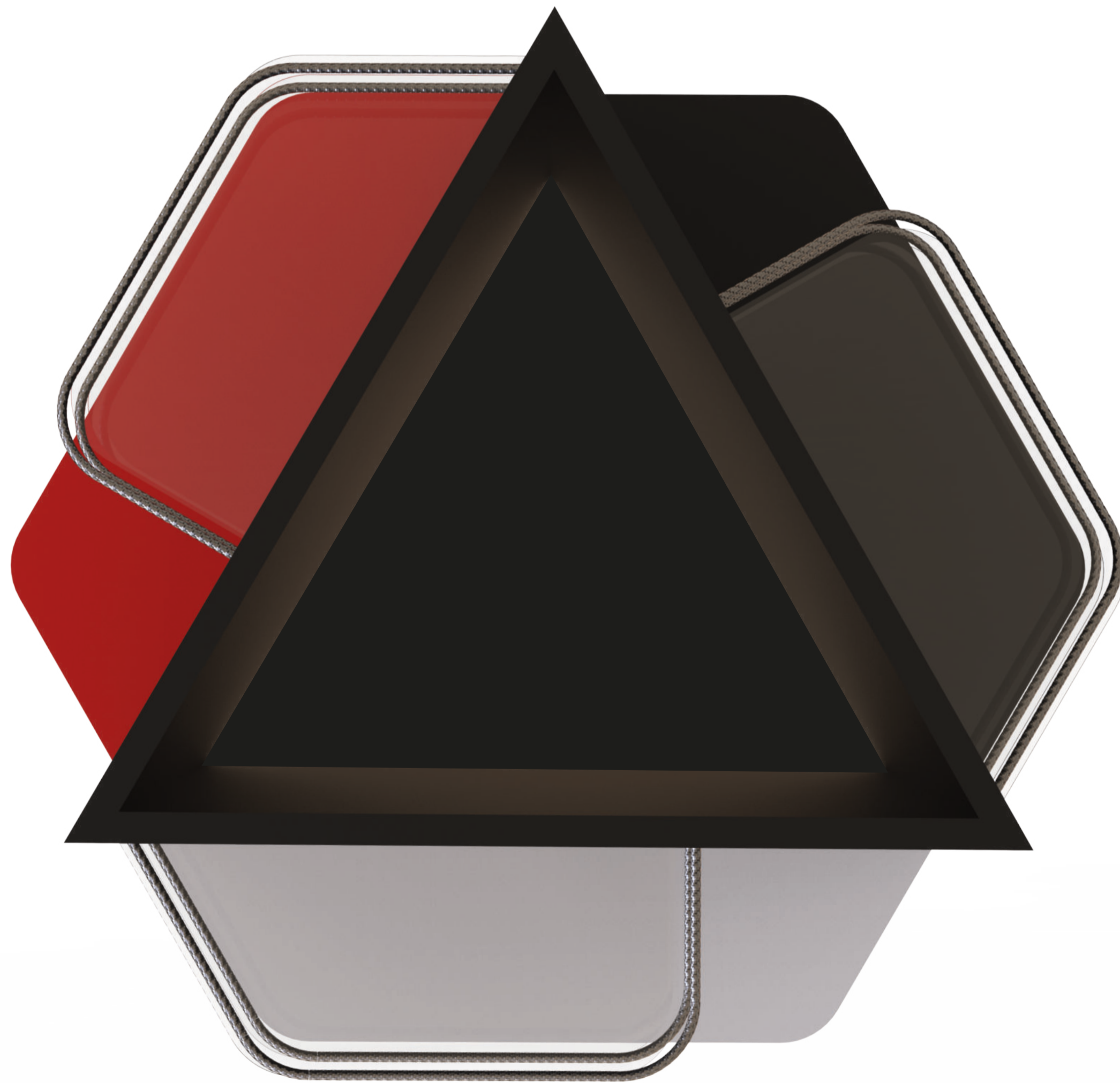
Grafika

Velké potisky plechovek upoutají pozornost a zákazník si tak značku i samotné produkty snáze zapamatuje. Zároveň si brand spojí s Ostravou jako takovou díky údernému sloganu s třemi vykřičníky graficky vytvořenými z plechovek.



Materiál

Stojan je navržen z plechu a působí díky tomu industriálním dojmem. Je rozdělen na tři části, které se liší jak barvou, tak nabídkou piva (Mustang, Černá Barbora a Ostravar). Piva jsou umístěna na poličkách z plexiskla, které by bylo případně možné podsvítit v barvách plechovek (červená, bílá či černá) a vytvořit tak zajímavý a poutavý efekt. Kovová ohýbaná tyč nad poličkami zajišťuje stabilitu produktů.



Rozměry

