

V 365 KUN



Корзинка – сеть супермаркетов в Узбекистане, лидер своего рынка. В Корзинке продаются как мировые известные бренды продуктов питания, бытовой химии, так и продукция собственных торговых марок (СТМ).

Основным флагманом в сети с начала 2021 года является бренд «365 куп». Это основная зонтичная СТМ торговой сети Корзинка. Бренд представлен во всех товарных категориях (food и nonfood) в среднем ценовом сегменте.

Основой позиционирования является качество по доступной цене.





Что такое СТМ?

Собственные торговые марки (СТМ) – это бренды, которые принадлежат ритейлерам и продаются исключительно в их магазинах. Они позволяют супермаркетам предлагать уникальные продукты, которые не доступны у конкурентов.

Преимущества СТМ:

- 1. Доступная цена:** зачастую продукция дешевле брендовых аналогов.
- 2. Контроль качества:** ритейлеры контролируют качество продукции и предлагают потребителям надежные товары.
- 3. Лояльность покупателей:** успешные СТМ могут повысить лояльность покупателей к магазину.
- 4. Узнаваемость в дизайне:** СТМ имеет кросс-категорийный дизайн, объединенный общими элементами, которые должны быть узнаваемы на всех товарах под одним брендом. Это положительно влияет на общую узнаваемость бренда.

Разбор дизайна «365 куп»

1. Элементы дизайна довольно примитивны и строги (типографика, композиция и бренд-блок).

2. Иконка может ввести в заблуждение, сообщая, что продукт не является СТМ Корзинки, а представляет собой чужой продукт, рекомендованный Корзинкой.

3. Третья строка не играет системной роли в описании продукта и в других категориях и артикулах.

4. Много пустого, явно непроработанного пространства.

В целом, слишком лаконично, не соответствующая сегменту и бренду простота, рациональность и «отдаленность» от покупателя. Дизайн сильно отличается от других категорий (молочные продукты, продукты ежедневной гигиены) и теряет свой единый стиль.



В 2023 году наша компания приняла решение о проведении редизайна, чтобы лучше соответствовать современным требованиям дизайна и ожиданиям наших клиентов.

Этот кейс описывает процесс редизайна, его цели, этапы реализации и достигнутые результаты.

Причины редизайна

Визуальное обновление дизайна упаковки, включая логотип, связано с тем, что покупатели уже привыкли к однообразному внешнему виду бренда и ожидали чего-то нового.

Последовательность и узнаваемость дизайна, как линейки СТМ, были утрачены.

Существует сильное расхождение в оформлении разных категорий с использованием маскотов (коровка, медвежонок).

Брендбук больше не содержал достаточной технической информации о новых продуктах в различных категориях.

Решение

Для эффективного восприятия было создано позиционирование бренда и системная концепция для всех линий.

Были удалены все ненужные элементы, которые могли помешать покупателю совершить покупку, и разработаны практические информационные блоки.

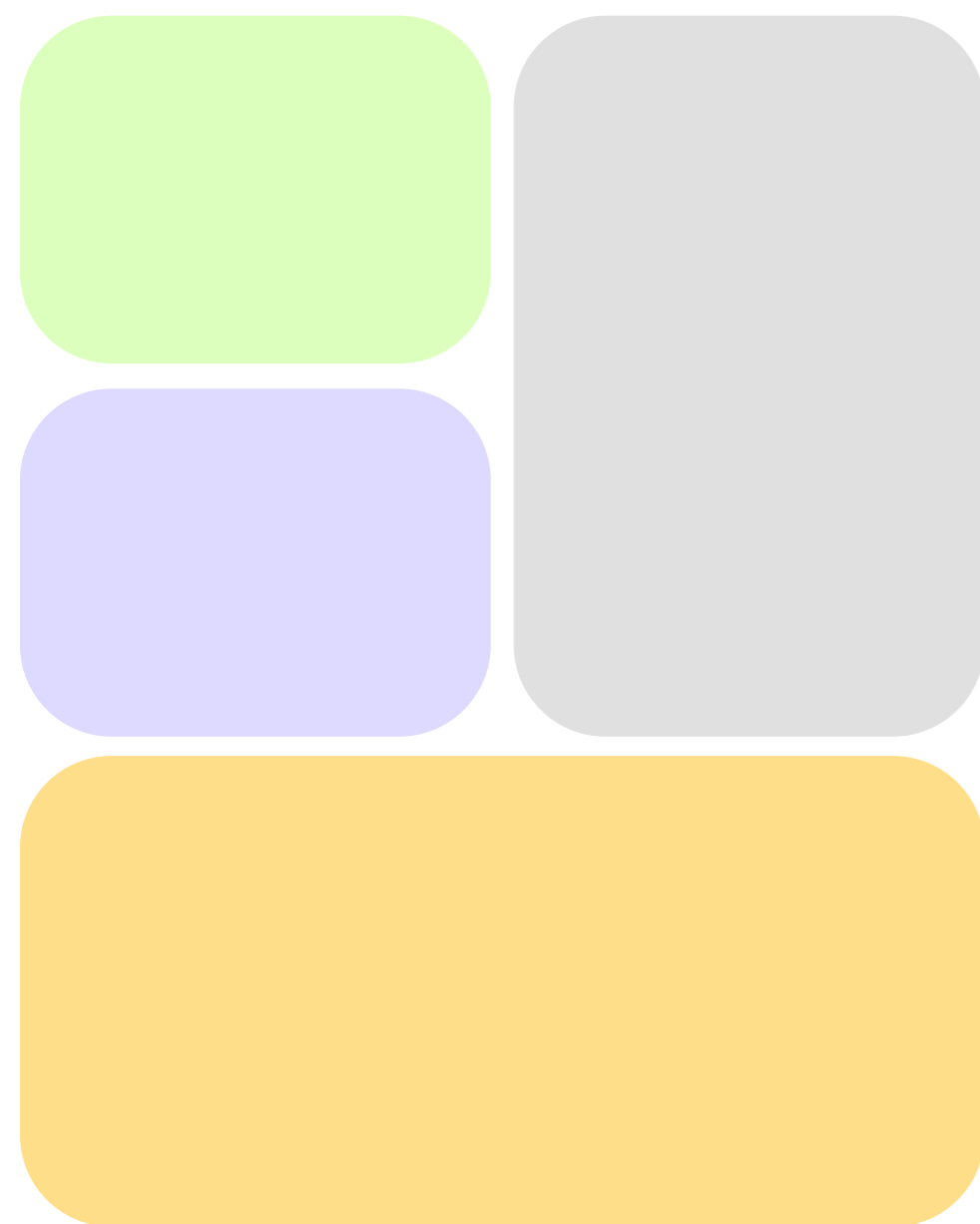
Все случайные дизайнерские решения в различных категориях были исключены, чтобы сохранить единый стиль во всех категориях продукции.

Был разработан практичный и удобный брендбук для различных форматов упаковки в условиях различной сложности.

Новый концепт

Концепция дизайна была разработана на основе карточного стиля, таких как «Бенто» или «Метро». Этот стиль легко адаптируется и практичен для использования во всех форматах, включая POS-материалы и веб-дизайн.

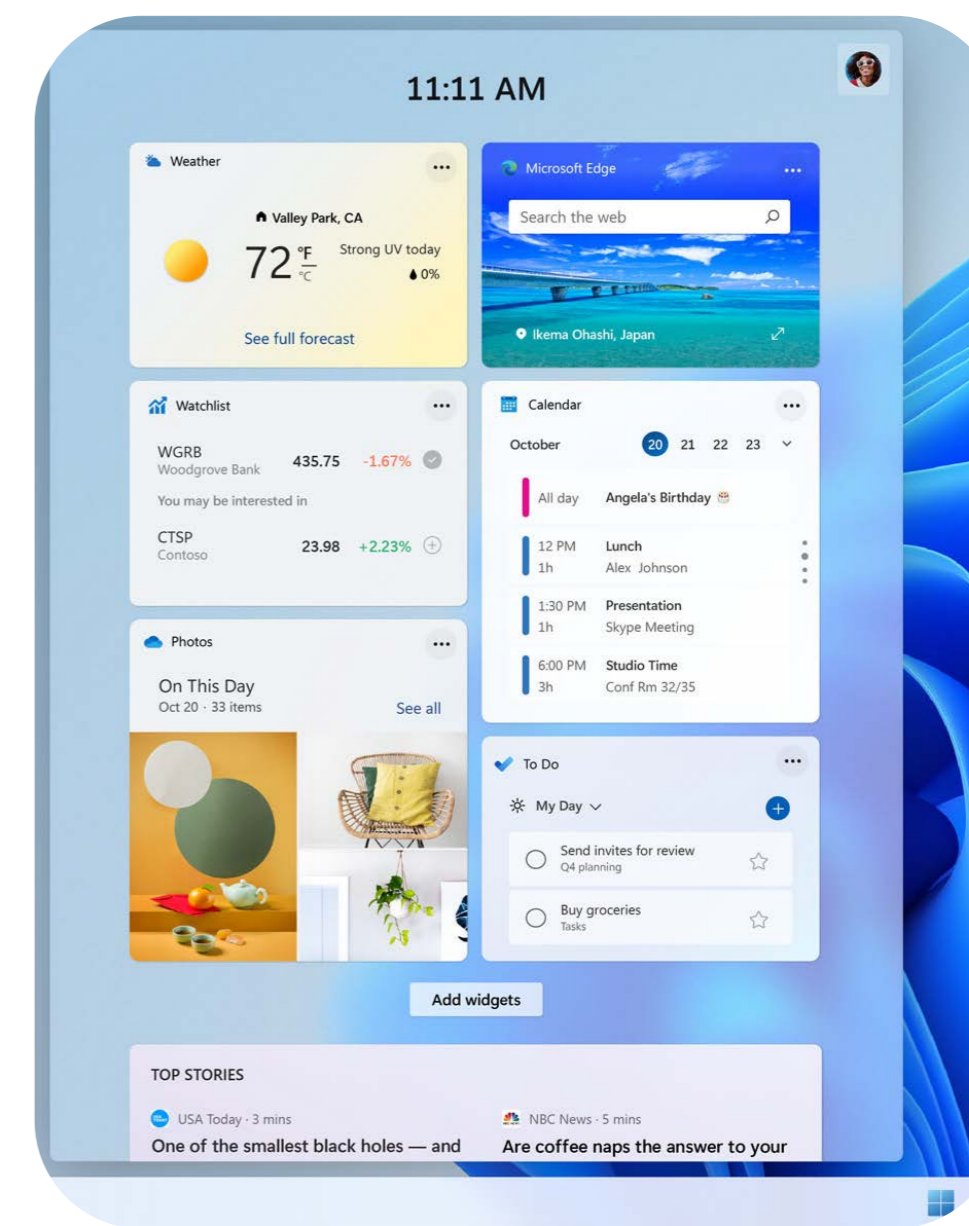
Карточная система Бенто



Бенто контейнер



Window 11





Было



Стало



Было



Стало



Было



Стало



Было



Стало

Крупы



Сухофрукты



Консервация



Гигиена



Молочные продукты



Разработка нового брендбука, включая позиционирование





* Ayrion haqida ko'proq bu yerda bilib oling



* *При разработке дизайна был учтен аспект маленьких этикеток, и был создан и внедрен QR-код, который ведет на онлайн-платформу с расширенной информацией о товаре и возможностью совершать покупки онлайн.

Результат кейса

Основной целью редизайна было создание адаптивной и унифицированной системы дизайна для всех продуктов в разных категориях. Эта концепция успешно решила задачу и позволила легко адаптировать дизайн на упаковках различных размеров.



Спасибо за внимание!