

TINCHES

Нормальная колбаса

Контекст:

Производитель колбасных изделий планировал вывести на рынок новый бренд, работающий с молодой ЦА и нацеленный на то, чтобы стать "своим" продуктом.

Решение:

Непонятные и сложные названия конкурентов локального производства не давали понимания о виде продукции. Согласно ТЗ от клиента было важно создать нейминг и брендинг, которые будут понятны поколению молодых потребителей, но и не отпугивать при этом более зрелую аудиторию.

Мы сделали концепцию бренда с названием tinches, образованного от узбекского слова tinch — "нормальный", "в порядке". Цветовые решения вызывают ассоциацию с едой и перекусом, а также мясной продукцией, отличаясь от привычных бордовых и терракотовых решений конкурентов.

Результат:

Продукт выделяется на фоне конкурентов, не выглядя при этом чужеродно, а своим дизайном начинает диалог с ЦА.

