

**Средства для ухода за волосами и телом
с уникальными ГАСТРОНОМИЧЕСКИМИ ароматами**

**Kiss my
Bath.**

САМЫЙ ВКУСНЫЙ ПОХОД В ДУШ

BACKGROUND

KISS MY BATH – новый бренд средств для ухода за волосами и телом с уникальными ГАСТРОНОМИЧЕСКИМИ и АЛКОГОЛЬНЫМИ ароматами

KISS MY BATH – самый вкусный поход в душ

В Линейке **KISS MY BATH**:

- Шампуни
- Гели для душа
- Жидкое мыло
- Пена для ванны (в перспективе)
- Соль для ванны (в перспективе)
- Бомбочки для ванны (в перспективе)
- Маски для лица (в перспективе)



ГЕОГРАФИЯ ПРОДАЖ

1. Москва и Мос. Область
2. Санкт Петербург и Лен. Область
3. Города миллионники (Казань, Екатеринбург, Новосибирск, Ростов и т.д.)
4. Страны бывшего СССР (Казахстан, Беларусь, Армения, Грузия, Узбекистан)

КЛЮЧЕВЫЕ КАНАЛЫ ПРОДАЖ

- Маркетплейсы OZON, WB, Yandex, Казань Экспресс
- Сетевые косметические магазины
- Онлайн косметические магазины

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Мужчины 20% и Женщины 80%

Возраст: 16-35 лет

Доход: выше среднего, высокий

ЭКСПЕРИМЕНТАТОРЫ

Мотивированы исключительно на самовыражение.

Ищут разнообразия, нового и не привычного, в том числе на грани риска.

Экспериментаторы являются заядлыми потребителями, большую часть своих доходов они готовы тратить на моду, развлечения, отдых и социализацию в обществе.

Предпочитают хорошо выглядеть и являться обладателями «крутых» товаров и услуг.

В Линейке KISS MY Bath планируются следующие вкусы

1 заход*

(нужны в ближайшее время)

- **Апероль Шприц / Aperol Spritz**

Прозрачный оранжевый**

- **Мармеладные Мишки / Gummy bears**

Замутненный розовый

- **Сладкая Сахарная вата / Cotton Candy**

Замутнённый белый



* Позднее будут добавлены новые вкусы – их перечень в конце презентации

** Сами флаконы будут прозрачные, а внутри них налит шампунь/мало/гель данного цвета

**kiss my
Bath**

ЗАДАЧА

Подготовить этикетки (размеры указаны на следующем слайде) для трех типов продуктов (шампунь, гель, жидкое мыло) с 3 ароматами каждый

С пониманием того, что далее необходимо будет разработать этикетки для других ароматов (полный список в конце презентации)

Требование: полотно в указанные размеры, вылеты и все остальное сделает верстальщик в типографии

Разработать 9 этикеток:

ШАМПУНЬ, ГЕЛЬ ДЛЯ ДУША, ЖИДКОЕ МЫЛО

Каждый с 3 вкусами: Апероль Шприц, Мармеладные Мишки, Сладкая Сахарная Вата

Банки будут такие (все будут прозрачные!)



Жидкое мыло 500мл
Ширина этикетки 185 x Высота 175мм



Гель для душа 410мл
Ширина 185 x Высота 150,9мм



Шампунь 350мл
Ширина 155 x Высота 160мм

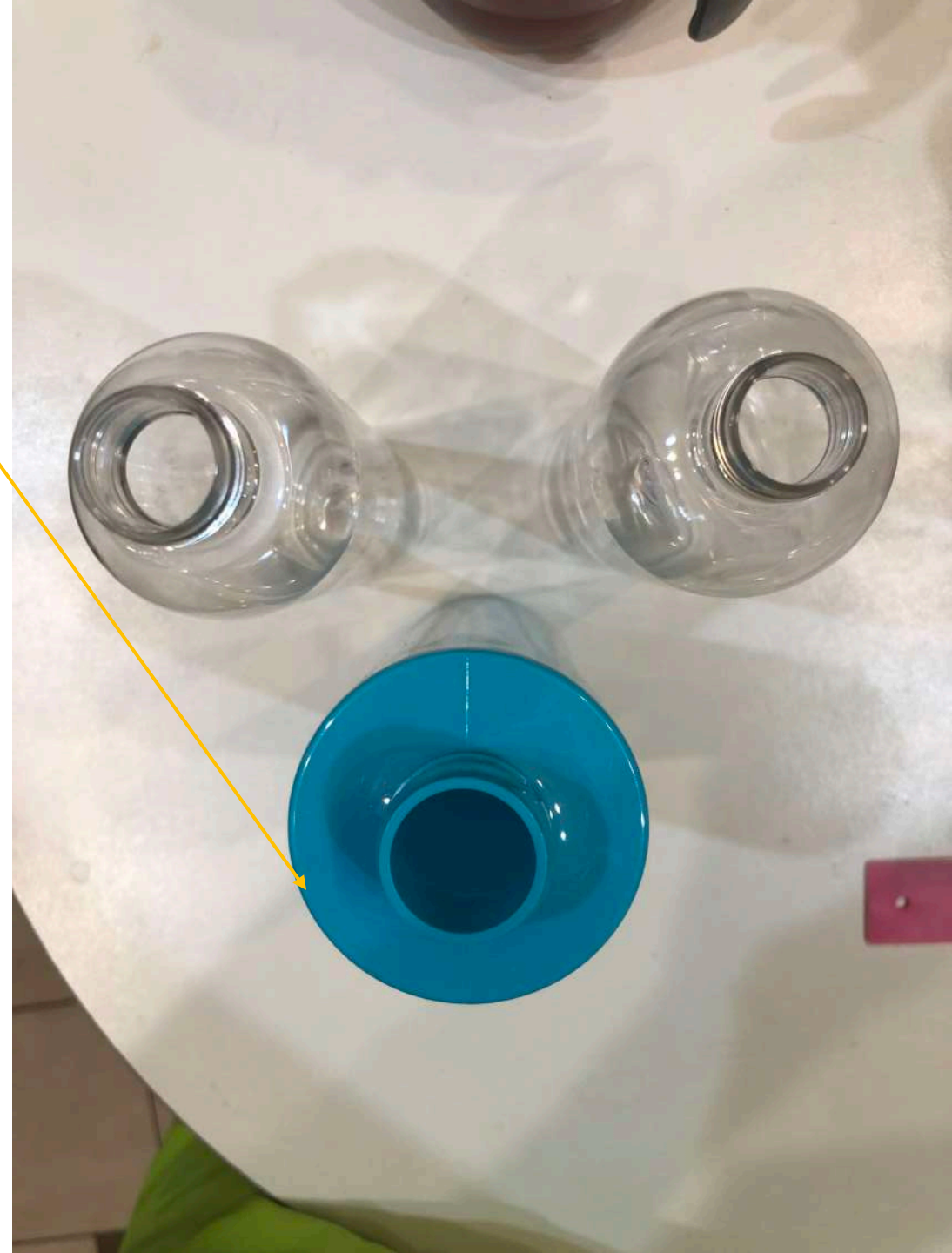
Так они выглядят сверху
Одна более угловатая (мыло)
Другие закругленные



КРЫШКА ЖИДКОГО МЫЛА
(с носиком)



КРЫШКА ШАМПУНЯ И ГЕЛЯ
(диск топ)



ОБЯЗАТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ЭТИКЕТКЕ

1. Основной язык на упаковке – Английский, поэтому всё должно быть понятно визуализировано, через Персонажа и Иконки
2. Обязательно разместить персонажа – он будет представлен дальше
3. Указать название аромата на английском и продублировать на русском
4. Размещаем логотип
5. Необходимо интересно обыграть техническую информацию (состав, производитель, штрих-код, срок годности), чтобы она была не скучной
6. Необходимо максимально подчеркивать, что главная фишка продукта – это великолепный натуральный аромат, максимально соответствующий своему названию. То есть если это Сладкая Вата – то и пахнуть будет прям 1 в 1 и очень ярко!
7. Этикетку должно быть интересно крутить и рассматривать со всех сторон
8. Бутылки должны получиться инстаграбельными – их должно возникать желание сфоткать и показать людям – либо в целом из-за дизайнера, либо из-за интересных фишечек
9. ПЕРЕД СЛОВАМИ SHAMPOO / SHOWER GEL / HAND SOAP ПИШЕМ **PARFUMED**

УТП / ИКОНКИ

1. На всех продуктах размещаем иконку LONG LASTING SCENT делаем сноску* и снизу пишем

*АРОМАТ СОХРАНЯЕТСЯ НАДОЛГО

2. На Апероле и Мишках размещаем Иконку: MADE OF EU INGREDIENTS (EU = Евросоюз), а на Вате: MADE OF USA INGREDIENTS

3. Крупно указываем слово PROFESSIONAL – это важное УТП

4. В углу этикетки размещаем иконку RECYCLE ME

5. Размещаем Экомаркировку COSMOS ORGANIC

6. На Шампунях пишем FOR ALL HAIR TYPES и дублируем для всех типов волос

Так же на шампуне NO SLS OR PARABENS

7. На Гелях пишем: HYDRATE & REVITALISE и дублируем увлажняет и ревитализирует

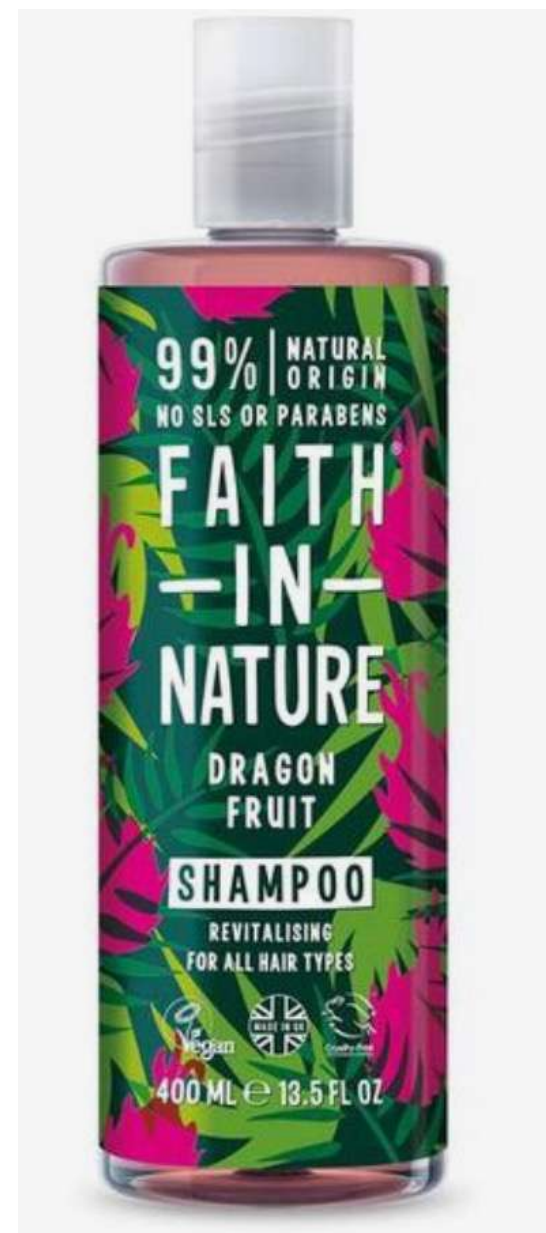
Так же на Гелях REFRESHING FRAGRANCE

8. На Мыле пишем: DERMATOLOGICALLY TESTED и дублируем протестировано дерматологами

Так же на мыле SENSITIVE



ЭТИКЕТКИ, КОТОРЫЕ НРАВЯТСЯ



Очень интересный стык между двумя частями этикетки – можно сделать что-то о подобное для повышения инстаграбельности



ПЕРСОНАЖ

Для использования в коммуникации был разработан персонаж – УТЯ

Его необходимо разместить на Упаковке, обыгрывая потребление Утей вкуса того или иного Шампуня, Мыла, Геля

Уте были отрисованы 5 эмоций



Утя выполнен
в 8 цветовых гаммах
Под разные вкусы



Потребление вкуса персонажем,
на примере иллюстрации из интернета (!)



Перспективные вкусы

- Карамель
- Абсент
- Глинтвейн
- Шарлотка
- Яблочный Сидр
- Имбирное Печенье
- Арахисовая Паста
- Печенье Орео
- Солёная карамель
- Грушевый сидр
- Чизкейк
- Джин
- Шампанское
- Игристое Вино
- Печенье Макарун
- Табак