



GFS была первой компанией, которая вывела на украинский рынок категорию ягодных чаев-концентратов. Напитки выпускались под торговой маркой Gulfstream, при этом оформление линеек сильно разнилось, что затрудняло идентификацию ТМ. Вместе с клиентом мы пришли к решению разработать новый бренд, который объединит все позиции.

Fabula Branding исследовали рынок, потребителей и тренды. Ядро целевой аудитории — люди, которые ценят качество и натуральность продуктов, но не хотят тратить много времени на готовку. Именно на них ориентировалось агентство при разработке позиционирования «Создано природой, улучшено нами», которое презентует бренд, сохраняющий пользу продуктов и делающий их удобнее.

Ягодный чай ассоциируется с позитивными эмоциями, здоровьем и расслаблением. Все это собрано в фантазийном нейме Yogoda — ярком сочетании слов «йога» и «ягода». Для создания логотипа использована шрифтовая разбивка имени на три блока. Последний слог, выделенный цветом, трансформируется в позитивный посыл «Да!».

Под новым брендом Fabula Branding объединили три линейки — «Без сахара», Immunity и классическую — дифференцировали их с помощью цвета. Навигацию внутри линеек обеспечили яркие плашки и фото ингредиентов напитков. Универсальность дизайн-решения позволяет легко брендировать новые позиции бренда.

По материалам пресс-релиза