



РЕББРЕНДИНГ

КОНТЕКСТ:

Изначальный дизайн упаковок Asl Baraka старался следовать трендам локального рынка колбас — использовал пестрые цвета, фотографии накрытого стола и не обладал единым стилем в линейке SKU.

Но самое главное — упаковка не была достаточно информативной — ведь выбирая колбасу потребитель смотрит не на красивую упаковку, а на состав, сорт, цену и прочие важные бытовые особенности продукта.



ИДЕЯ + РЕШЕНИЕ:

Так что же действительно должно быть на упаковке колбасы?

Наша новая упаковка не перегружена лишними элементами, показывает сразу всю нужную потребителям информацию и за счет своей простоты выделяется на полках на фоне конкурентов.



НАЗВАНИЕ

например, extra

ВИД

вареная или копченая

МЯСО

из которого состоит колбаса

ХАЛЯЛЬНОСТЬ

маркировка «Халаль»





РЕЗУЛЬТАТ:

Ребрендинг помог увеличить продажи Asl Baraka в 2021 году в 2 раза, а в первой половине 2022 года бренд уже продал столько же, сколько за весь 2021 год.

Сегодня мы продолжаем визуально улучшать нашу упаковку, делая ее более современной и понятной для потребителей за счет общего рестайлинга и цветовой сегментации.





