

абкр

Ассоциация Брендинговых
Компаний России

REDIN

Будем знакомы!

Мы больше 20 лет в брендинге и дизайне

Оказываем полный спектр услуг в создании бренда, айдентики и всего, что с этим связано. Работаем в различных направлениях. Сильная экспертиза в HoReCa, корпоративном, продуктовом и ритейл-брендинге

HoReCa брендинг

Ритейл брендинг

Брендинг культуры и событий

Продуктовый брендинг

Корпоративный брендинг

P&G

BORJOMI

OZON

@ mail.ru

simple


Pernod Ricard

Roca

Alcon

профи:ру

MR GROUP

bachet

PHILIPS

beko

KNAUF
Немецкой ступицы

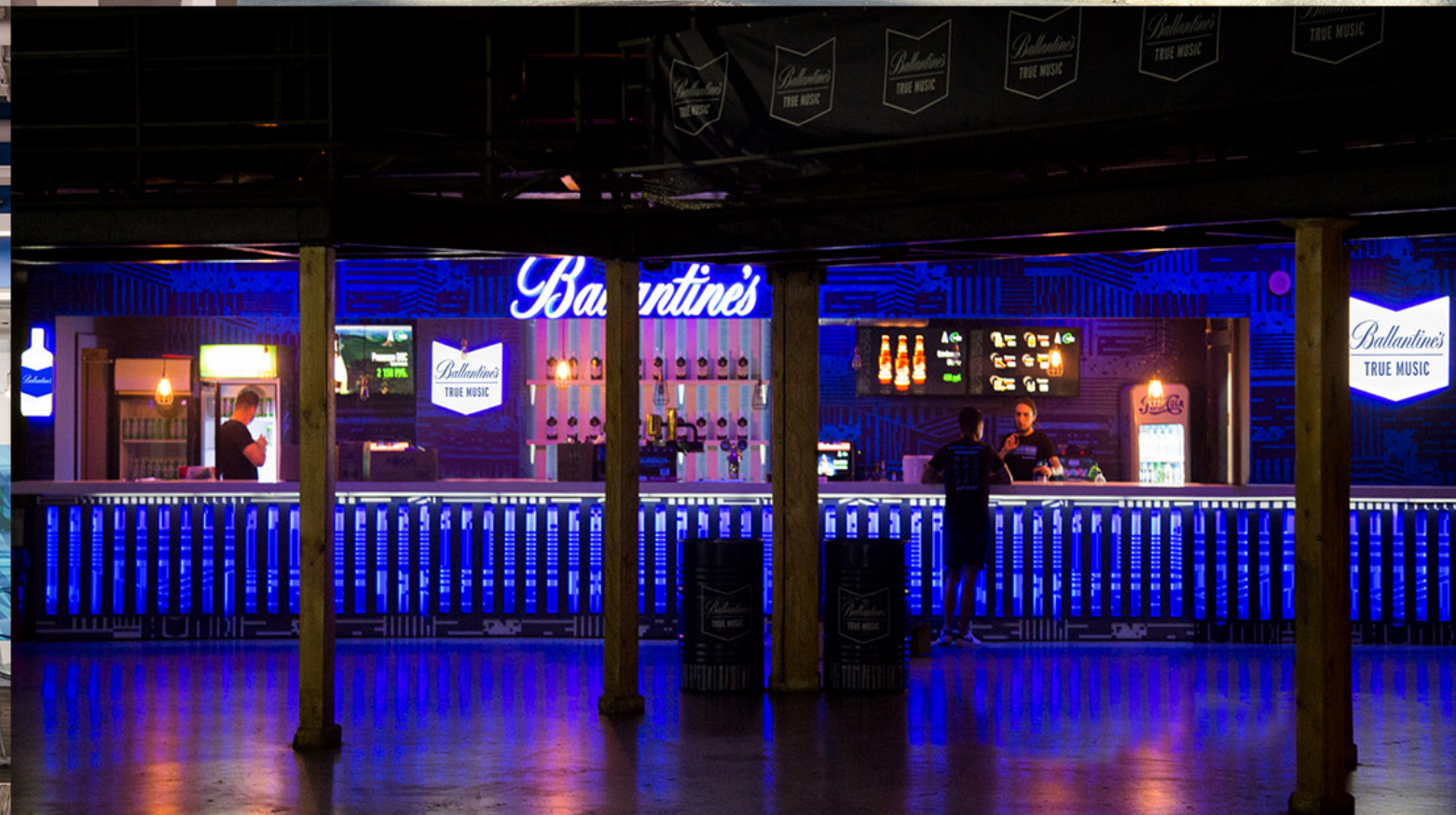
FERRERO

eCCO

 **Готэк**
ГРУППА ГОТЕК

COTY
SINCE 1904

Système
electric



Ассоциации



Член ассоциации
АБКР

АБКР — «Ассоциация брендинговых компаний России»



Член ассоциации
POPAI

POPAI RUSSIA — Ассоциация
«Маркетинг в ритейле»

Рейтинги

- 9 МЕСТО
Рейтинг Рунета в брендинге: визуальная айдентика
- 10 МЕСТО
Рейтинг Рунета в брендинге: упаковка
- 7 МЕСТО
Рейтинг HP2K в брендинге
- 38 МЕСТО
Рейтинг Brand Hub top 100
- 33 МЕСТО
Рейтинг Workspace: Брендинговые агентства
- 16 МЕСТО
Рейтинг Павезло: лучшие брендинговые агентства Москвы

Отраслевые рейтинги

- 3 МЕСТО
Рейтинг Рунета — номинация: Брендинг в сфере «Кино, театр: Киностудии, производство кино»
- 4 МЕСТО
Рейтинг Рунета — номинация: Брендинг в сфере «Мероприятия»
- 5 МЕСТО
Рейтинг Рунета — номинация: Брендинг в сфере «Алкоголь»
- 10 МЕСТО
Рейтинг Рунета — номинация: Брендинг и дизайн промышленных компаний

Команда



Многочратные призеры Pentawards, POPAI Awards, Workspace Digital Awards, DPFA.

Упаковка вне полки: почему онлайн-торговля заставляет бренды переосмыслить дизайн и функции упаковки

Онлайн изменил полку с физической на диджитал — и тем самым лишил упаковку привычной поддержки среды.

История полки



Первые маркеты / большой выбор продукта

Credit: George Kinnart

REIZEN/73



Свобода собственного выбора без прилавка

Что сейчас?

Всё таже свобода выбора

Перегруженная полка

Визуальный шум

Одинаковые продукты



Новая полка,
новые правила?

В офлайне упаковка
работала в системе:

категория,
соседние бренды,

привычные паттерны
(цвета, форматы, коды).

*Раньше упаковка
подчеркивала своё отличие.*

В онлайне упаковка
работает одна:

чаще всего — в размере
200–400 px,

без тактильности,
без масштаба.

*Теперь она должна объяснить,
кто ты, что ты и почему ты
лучше*



Оформление карточек для порталов OZON, WB

Технологи CLAVIS отобрали ингредиенты со всего мира, чтобы ваш коктейль или лимонад обрёл идеальный баланс!

Не для кофе

Приготовь с CLAVIS 5 коктейлей дома по цене одного в баре

Празднуй момент и отмечай жизнь!

Основа для коктейлей и лимонадов

манго
маракуйя
кокос

Порадуй свою половинку любимым напитком!

Объём 0,75 л

Для чего подойдет CLAVIS?

Основа для коктейлей*

Сироп в чай

Для готовки

Потеря категории = рост роли бренда

Пользователь скроллит,
а не выбирает.

Если бренд не считывается
за 1 секунду — его не
существует.

Упаковка обязана:
иметь сильный силуэт,
узнаваемый цвет, простую
форму идентификации.

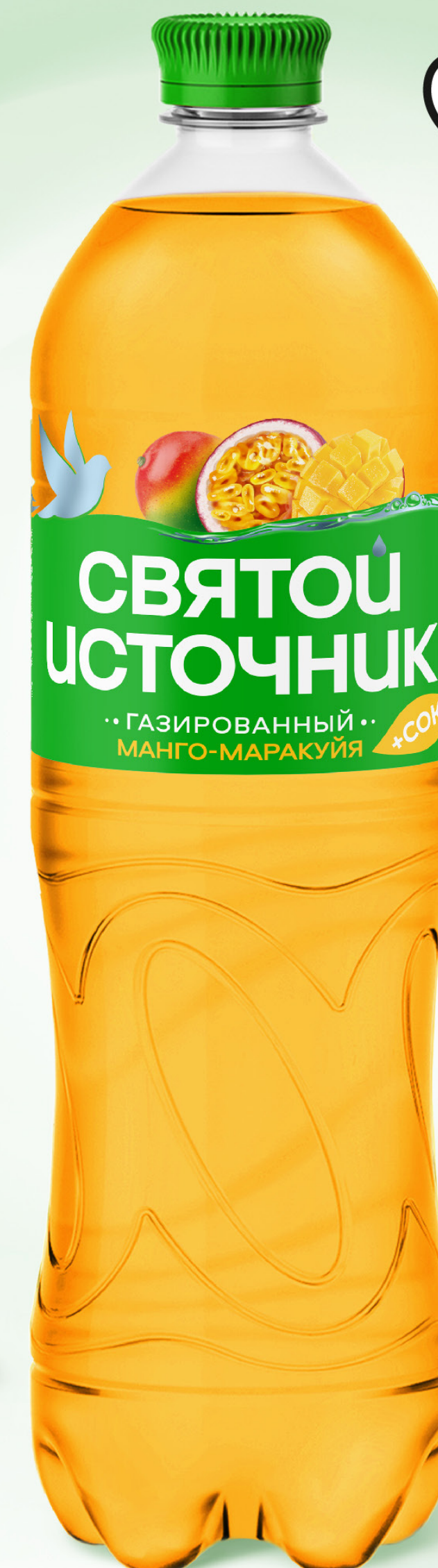
1 л



МАНГО-МАРАКУЙЯ
ГАЗИРОВАННЫЙ
НОВИНКА



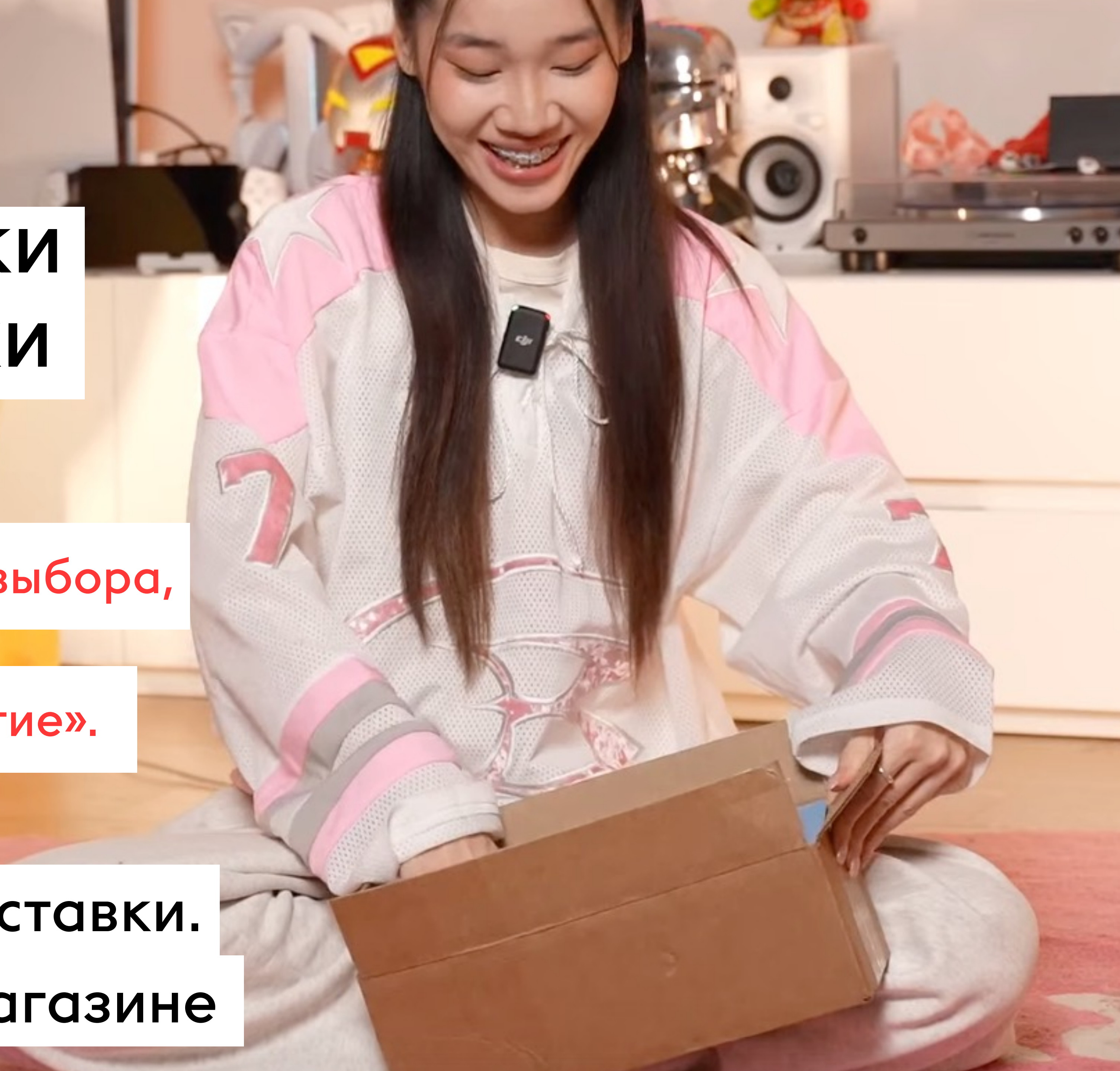
Скидки недели



Упаковка как опыт: распаковки вместо выкладки

В этот момент упаковка:
подтверждает правильность выбора,
формирует эмоцию,
превращает продукт в «событие».

Покупка = ожидание доставки.
Контакт — дома, не в магазине



Новые функции упаковки:
сценарий открытия, слои,
внутренние сообщения,
визуальные «якоря» для соцсетей.

Упаковка стала частью
контента и маркетинга,
а не только оболочкой.





Форма упрощается,
конструкция становится
важнее графики,

устойчивость важнее
«красоты»





Логистика диктует дизайн



Дополнительные возможности

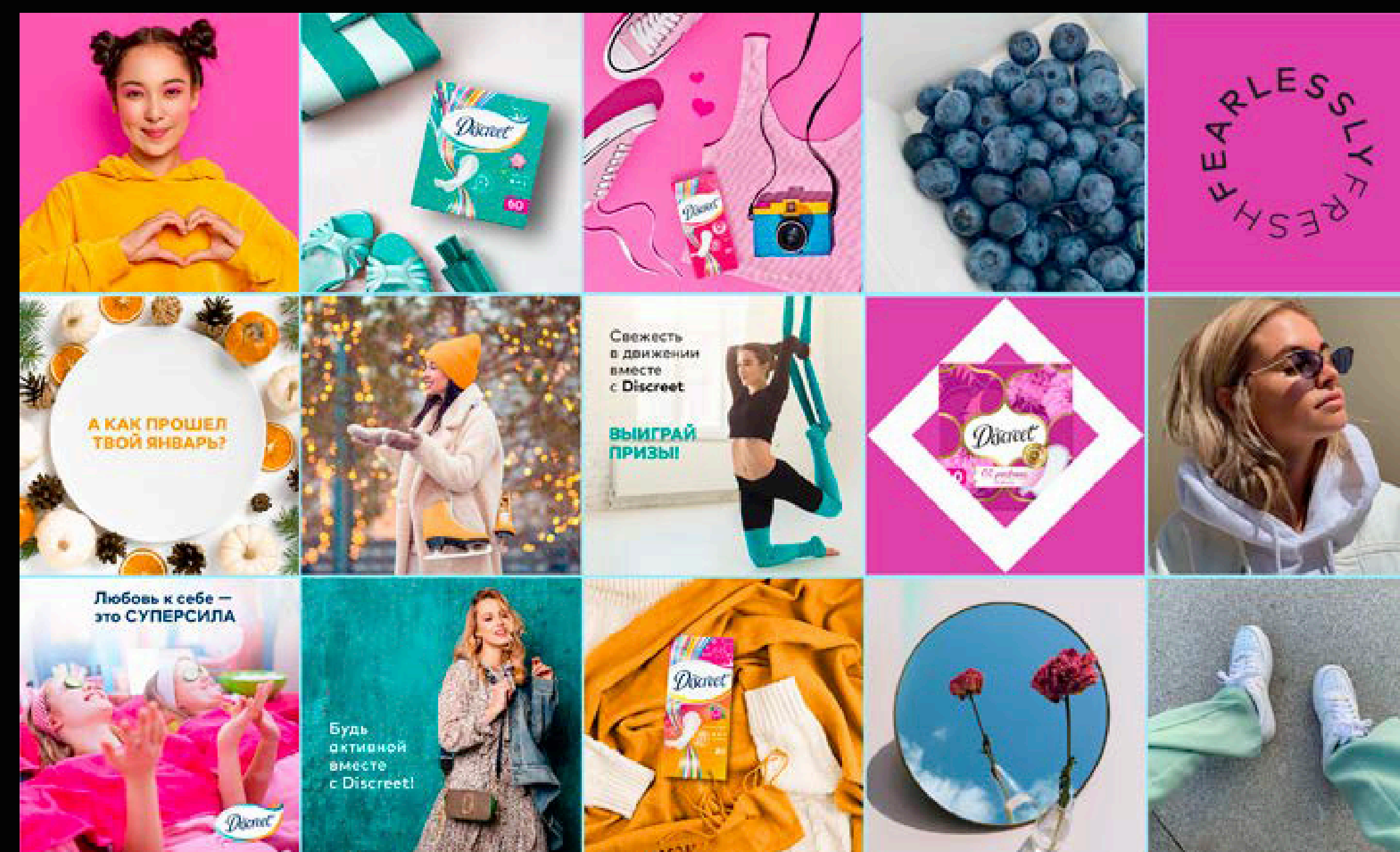
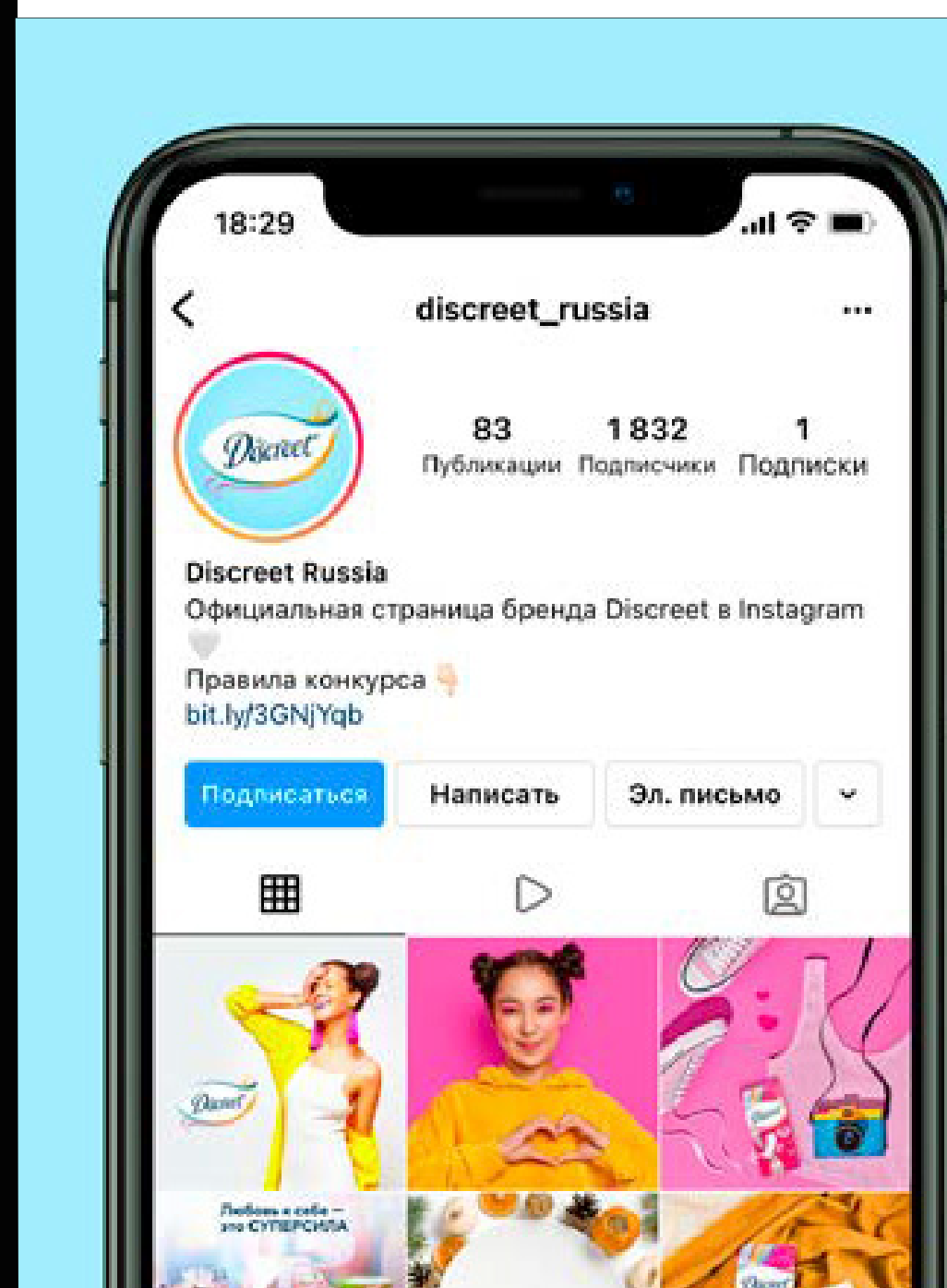


Упаковка как система

Упаковка как интерфейс



Новая роль дизайнеров и агентств



Агентство проектирует
опыт бренда в онлайн.

Онлайн делает упаковку:
честной, понятной,
функциональной,
самостоятельной.



Как выглядит упаковка —
таким кажется и бренд.



Спасибо ♥
за внимание

REDIN



@redin_artime

+7 903 969 55 69

info@redin.ru

redin.ru

@redinsergey

