

абкр

Ассоциация Брендинговых
Компаний России

REKDIN

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-брэндинге

HoReCa брендинг

Ритейл брендинг

Брендинг культуры и событий

Продуктовый брендинг

Корпоративный брендинг

P&G

BORJOMI

OZON

@ mail.ru

simple


Pernod Ricard

Roca

Alcon

профи.ru

MR GROUP

Газеты

PHILIPS

beko

КМУФ
Новейший стандарт

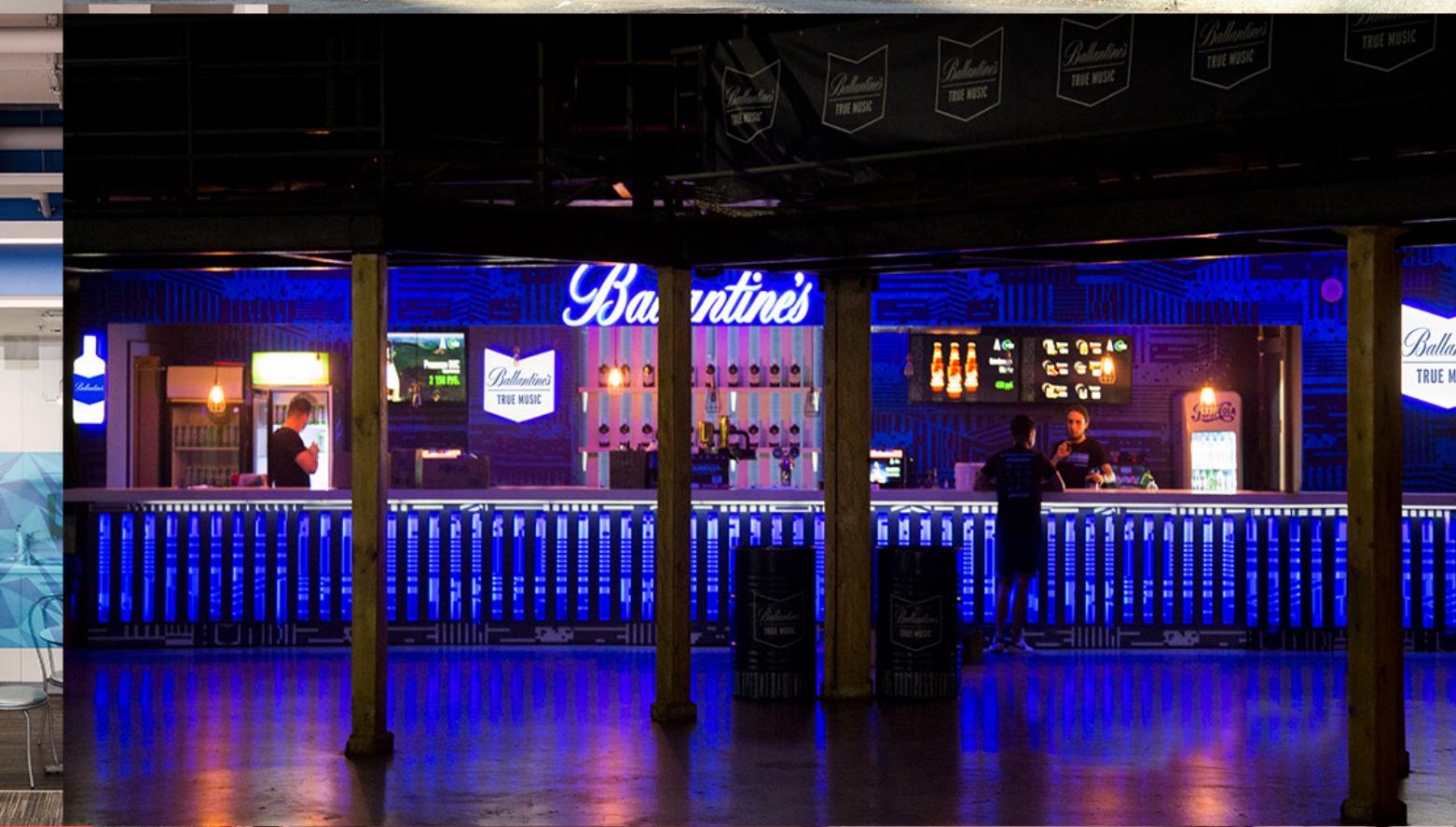
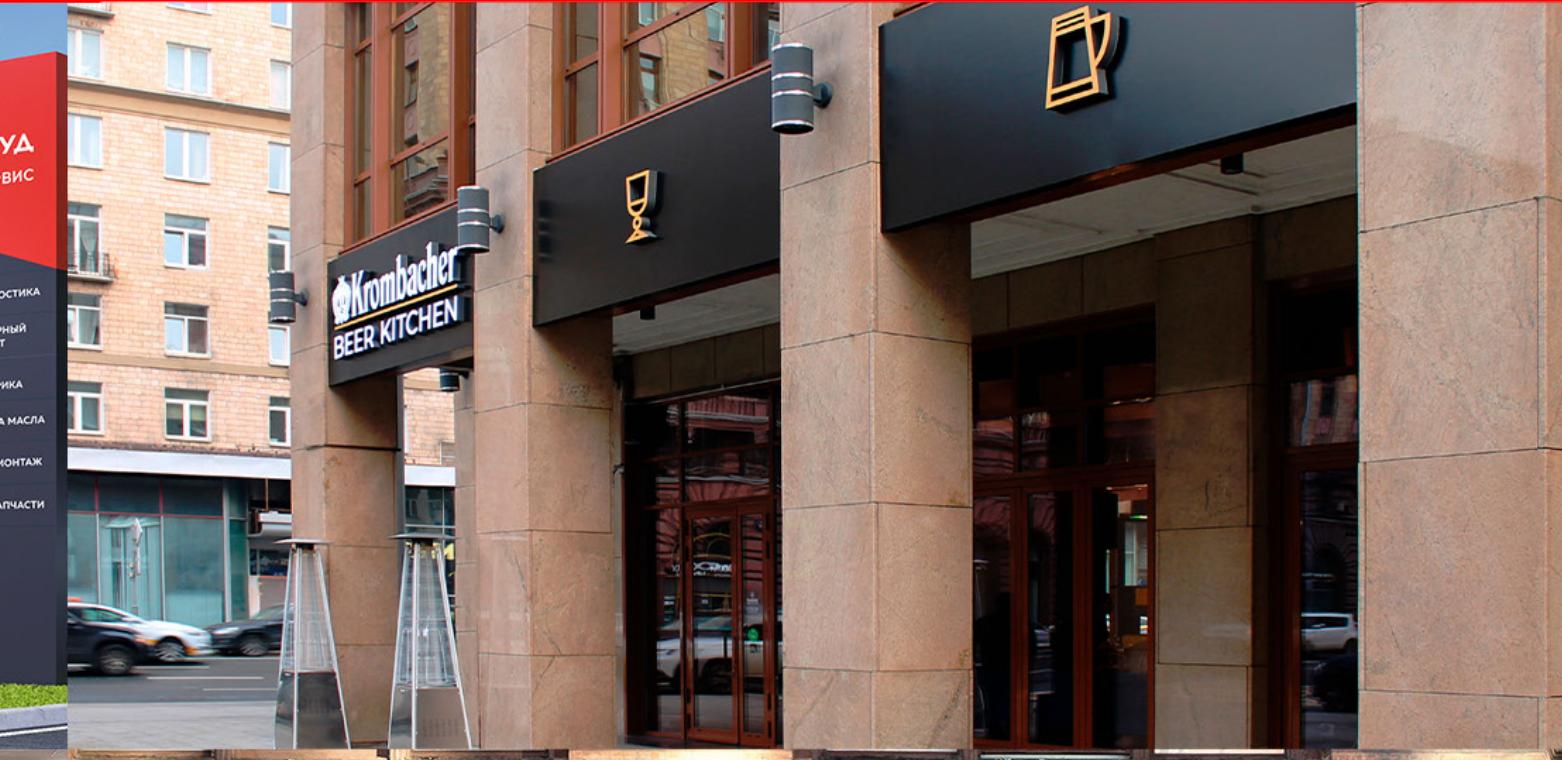
FERREIRO

ecco


Готэк
группа предпринимателей

COTY

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 НР2К 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



Многократные 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



REIZEN/73



Свобода собственного выбора без прилавка

Что сейчас?



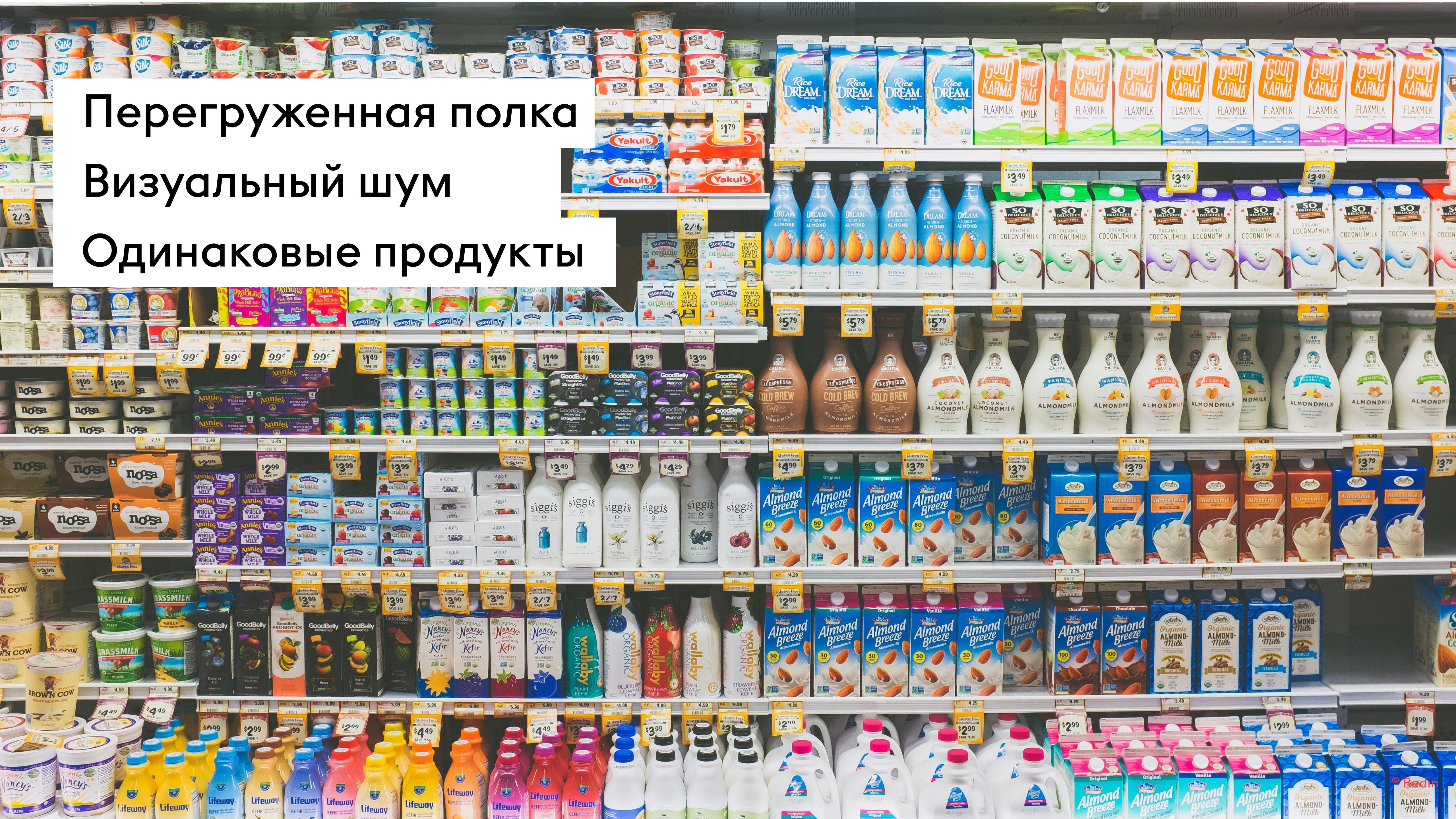
Всё также свобода выбора

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 объяснять,
кто ты, что ты и почему ты
лучше*



Оформление карточек для порталов OZON, WB



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



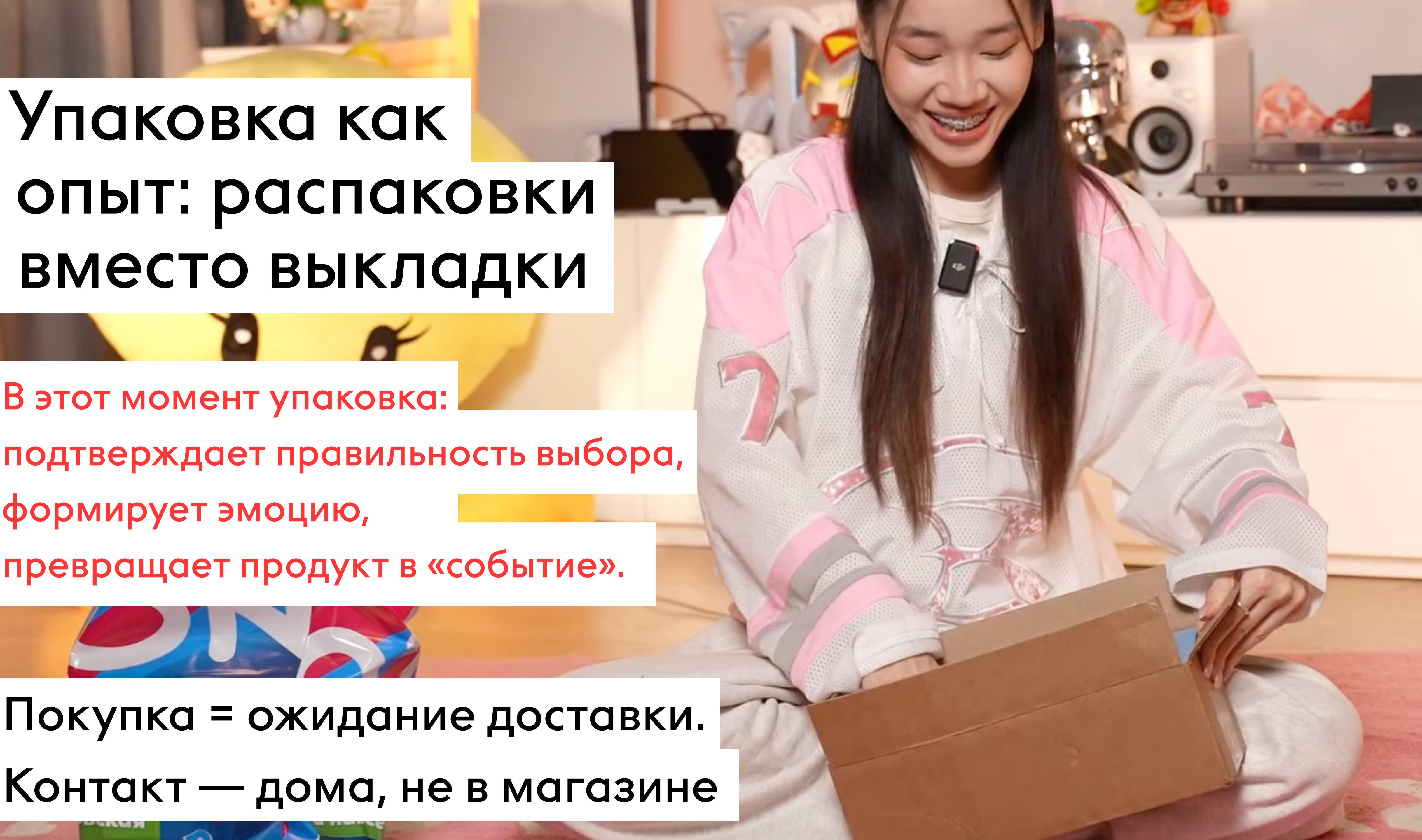
Скидки недели



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.



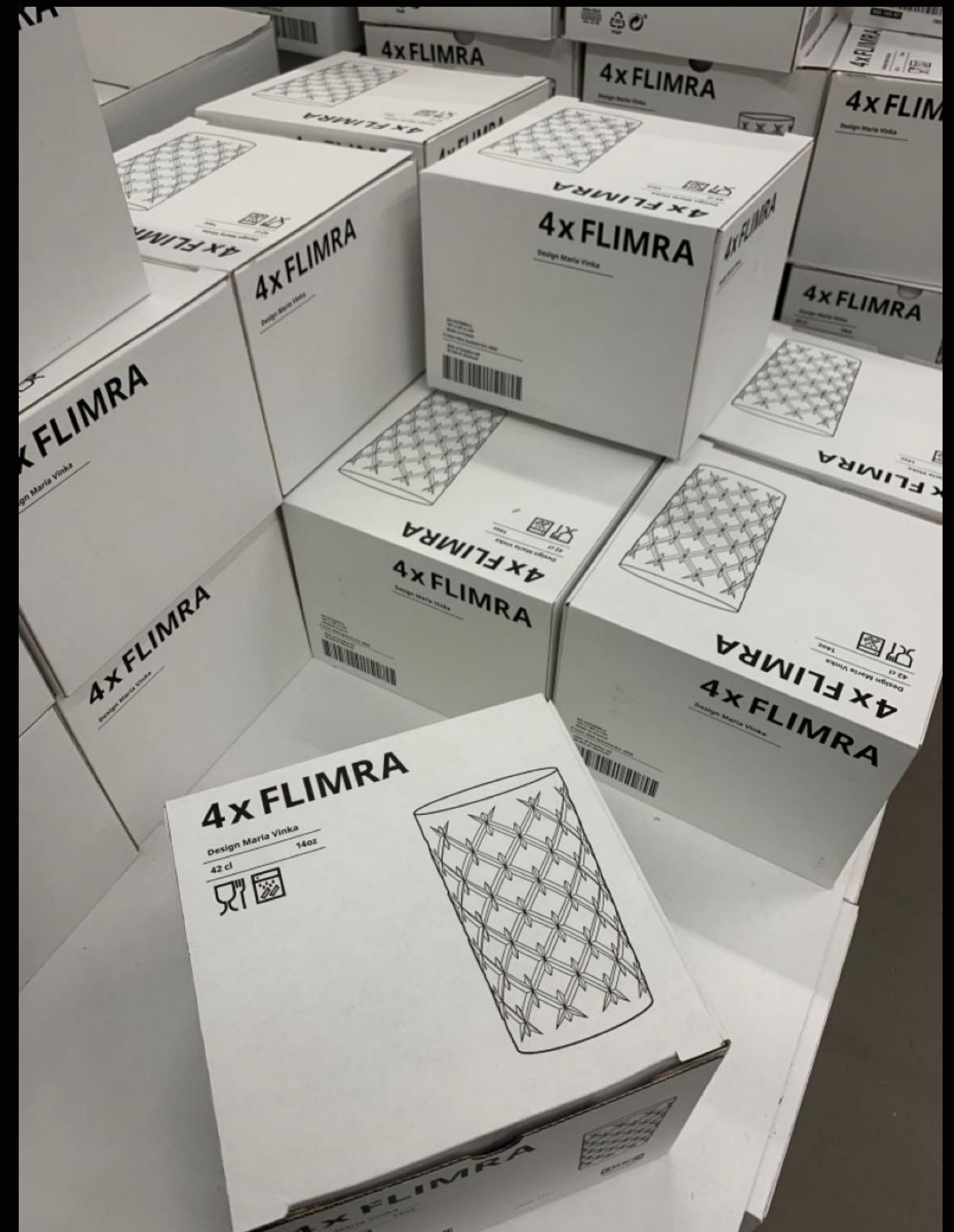
Упаковка стала частью
контента и маркетинга,
а не только оболочкой.





Форма упрощается,
конструкция становится
важнее графики,

устойчивость важнее
«красоты»





Логистика диктует дизайн



Дополнительные возможности

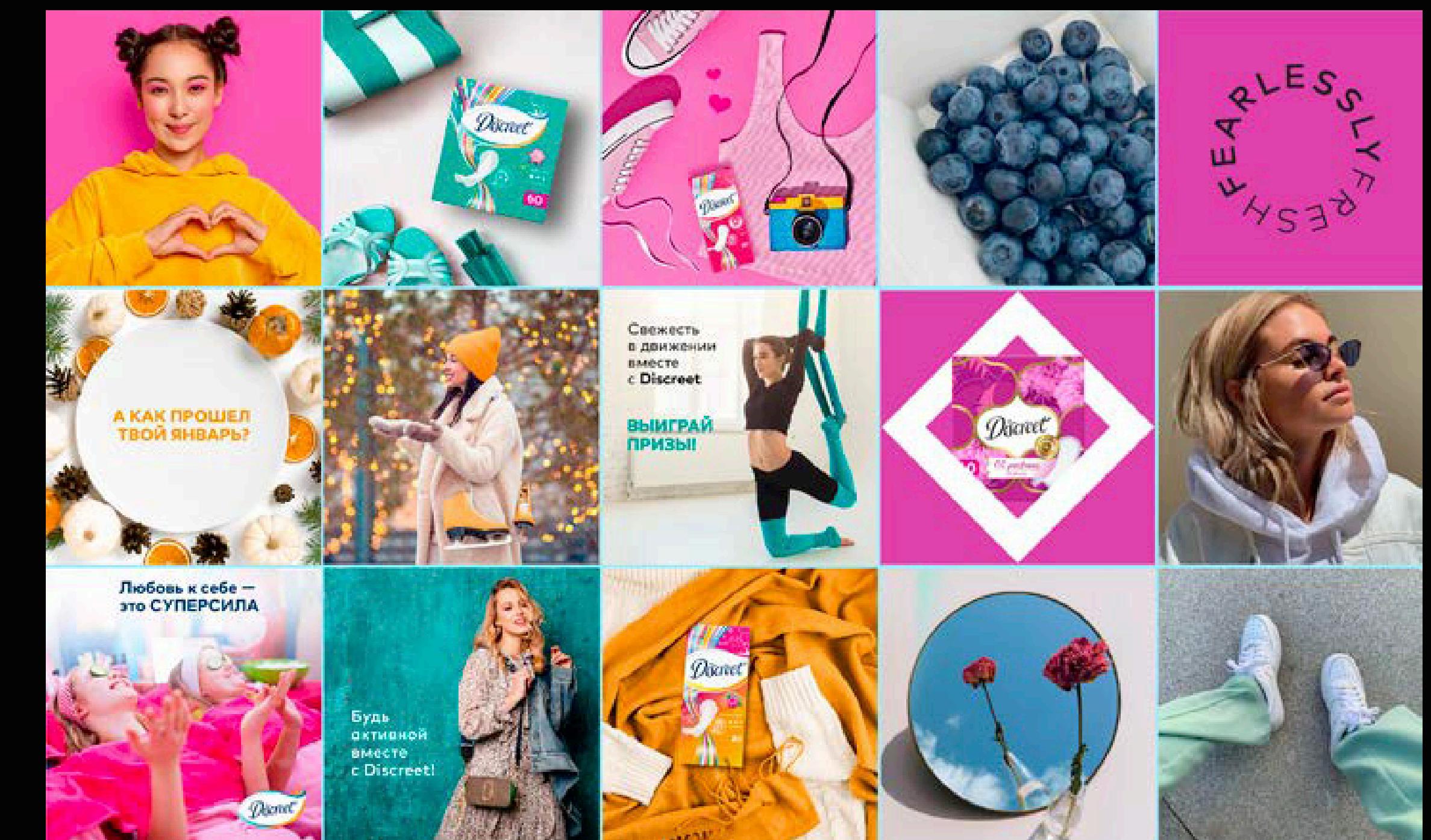
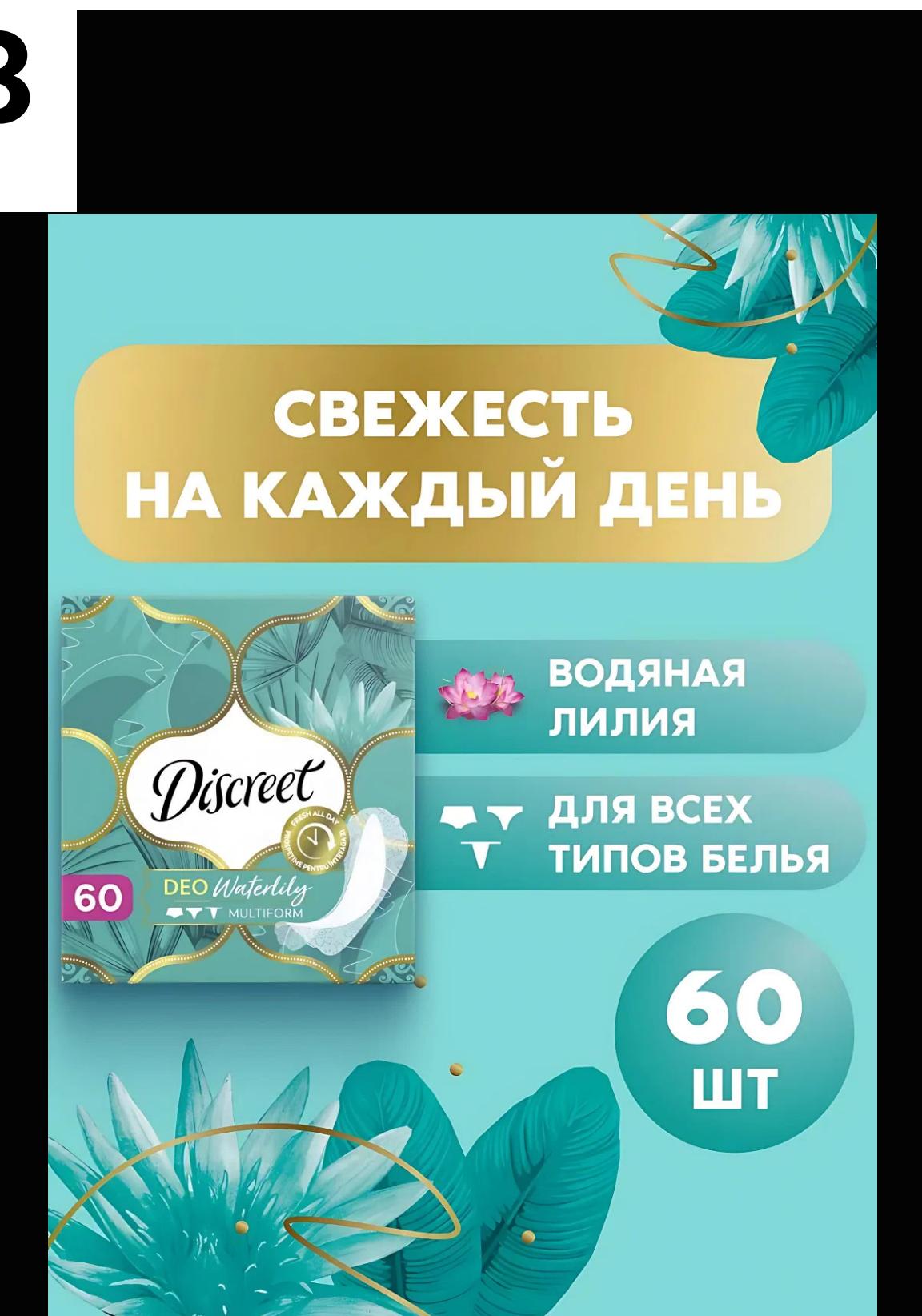
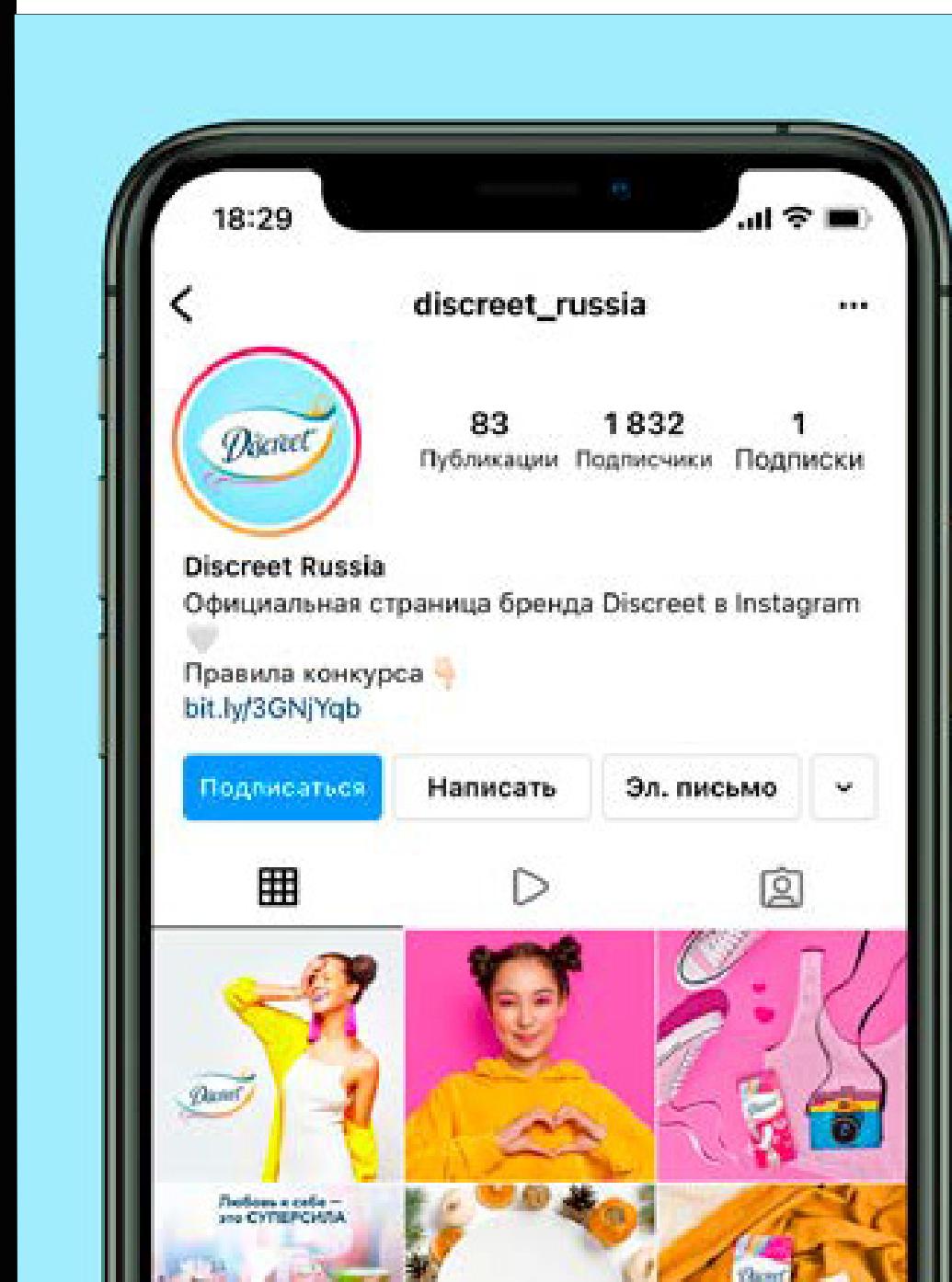


Упаковка как система

Упаковка как интерфейс



Новая роль дизайнеров и агентств



Агентство проектирует опыт бренда в онлайне.



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

Как выглядит упаковка —
таким кажется и бренд.



REDIN

 @redin_artime

+7 903 969 55 69

info@redin.ru

redin.ru

@redinsergey

Спасибо ❤
за внимание

