



Предложение сотрудничества по торговой марке «OUT»

OUT



Чем интересна торговая марка «OUT»?

1. Вкус и качество продукции обеспечит вторичные продажи

- Изготовление на заводе ООО «ФОНТЕ» в Краснодарском крае.
- Собственная артезианская скважина 210 метров.
- Продукция произведена по ГОСТ.
- Без добавления спирта.
- Используются исключительно натуральные соки и ингредиенты.
- Продукция естественного брожения.
- Опыт производства слабоалкогольной продукции более 10-ти лет.

OUT



Чем интересна торговая марка «OUT»?

2. Широкая линейка вкусов

- **OUT premium CIDER**
яблочный сидр полусладкий, свежий
вкус спелого сочного яблока
- **OUT premium POIRE**
грушевый сидр полусладкий,
яркий
вкус сладкой осенней груши
- **OUT premium CHERRY**
медовуха полусладкая, ароматный вкус
спелой вишни
- **OUT premium SPRITZ**
медовуха полусладкая, цитрусовый вкус
мякоти сладкого красного апельсина с
тонкими нотами спелого яблока
- **OUT premium TROPIC**
медовуха полусладкая, незабываемый вкус
манго и маракуйя
- **OUT premium PASSION**
медовуха полусладкая, терпкие нотки
черешни, маракуйя и лайма
- **OUT premium MELON**
медовуха полусладкая, насыщенный
вкус спелой дыни
- **OUT premium BERRY**
медовуха полусладкая, неповторимый вкус
сахарной малины с кислинкой от клюквы и
ароматом смородинового листа

OUT



Чем интересна торговая марка «OUT»?

3. Четкое позиционирование и вирусное продвижение бренда

Изучив предложения сидров мы обнаружили, что на сегодняшний день нет ориентации по целевым аудиториям, т.е. продукт продается продукт для «всех». Как любой растущий рынок он уже требует сегментации.

Мы выбрали стратегию создания бренда для возрастной группы 18-25 лет с новаторской поддержкой в виде игрового приложения.

OUT



Дизайн этикетки

Тестирование различных дизайнов этикеток показало, что выбранной аудитории лучше всего откликается ягода/фрукт в стиле Дэна Мамфорда, вписанное в кислотный гранж.

Стандартные варианты аудитория отсеяла, поэтому здесь нет классической для этикеток симметрии.

Дополнительным триггером выступает название, которое не является основой композиции, но за счет заливки ярким глянцевым цветом притягивает внимание и выделяется на полке.

Дизайн запоминается с первого контакта и легко находится покупателем.

OUT



Продвижение

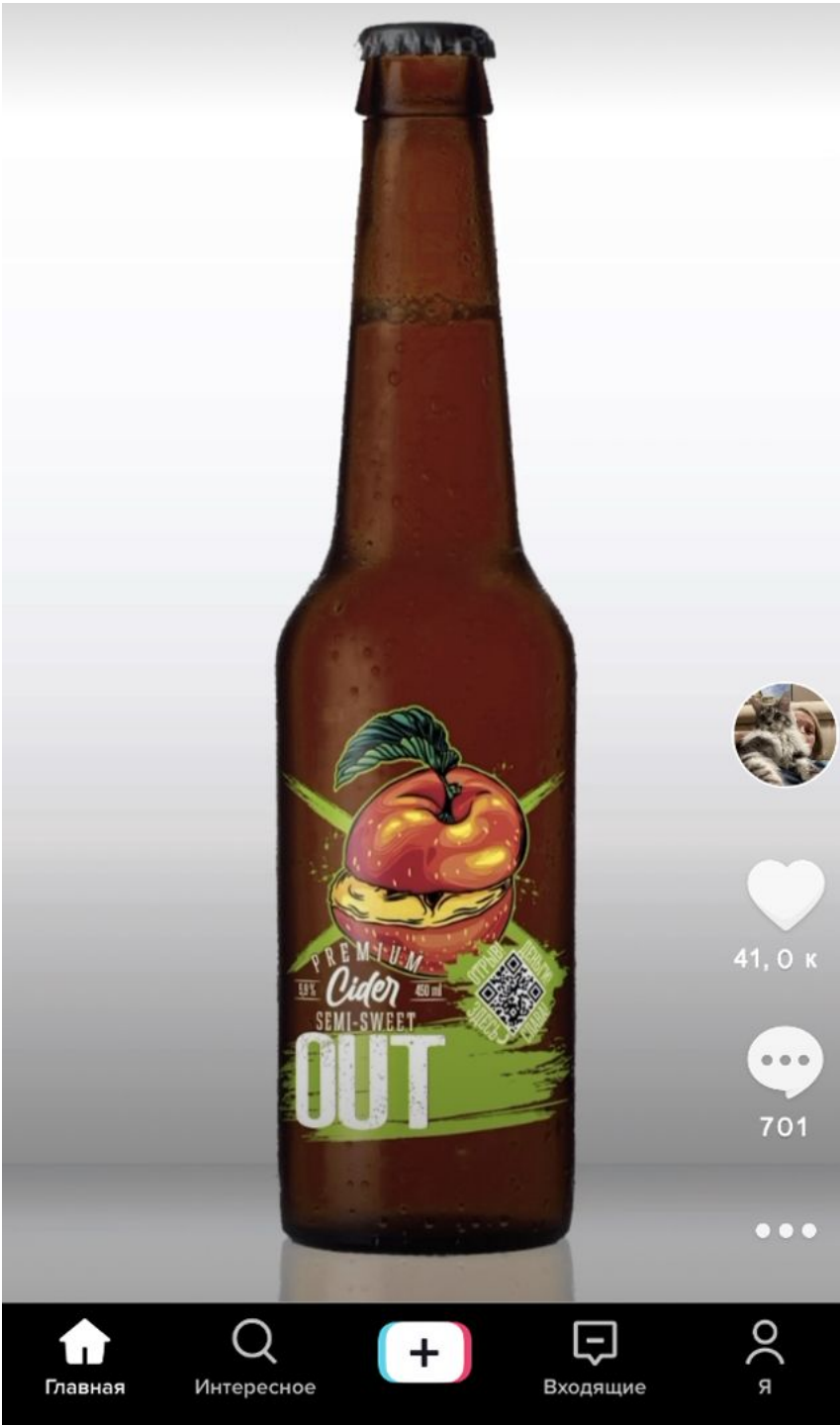
Идею вирусного продвижения среди целевой аудитории можно описать словами, окружающим qr-код на этикетке: **отрыв, слава и деньги.**

Для отрыва с друзьями мы создали мобильную игру GetOUT, аналогов которого на алкогольном рынке нет.

Игра представляет собой микс известных игр «бутылочка» и «фанты». Игру можно скачать бесплатно на площадках Apple Store и Play Market. Более того, покупатель может пользоваться игрой ещё до приобретения сидра, достаточно скачать игру и устроить вечеринку. Игровое поле оформлено в виде этикеток OUT, меняющихся после каждого раунда.

Таким образом мы добиваемся узнаваемости бренда и формирования эмоциональной связки «OUT-веселье».

OUT



Продвижение

Слава ждет тех, кто будет размещать выполнение заданий из игры GetOUT у себя в социальных сетях с ссылкой на наш аккаунт.

Сами задания игры очень веселые и могут вызвать массовое копирование ролика и принести славу его автору в соц.сетях (Инстаграм – 14,4 млн уникальных посещений в день в РФ и ТикТок – более 10 млн уникальных посещений в день в РФ). Любой игрок GetOUT может моментально прославиться.

Мы будем дублировать все отмеченные видео на странице нашего шоу. И каждый месяц делать розыгрыш призов. Появляется аудитория фанатов, которая непрерывно растет за счет виральных охватов в соц. сетях.

Ценность покупателя – участники получают веселое времяпрепровождение («Отрыв»), внимание наших зрителей («Слава») и призы («**Деньги**»). И всё это под вкусные, натуральные напитки OUT.

OUT



Итак, почему вам стоит обратить внимание на наш продукт?

- Вкус и качество самого сидра обеспечивает повторные продажи.
- Яркая этикетка, созданная для молодёжной аудитории, выделяется на полке и привлекает внимание.
- QR-код со слоганом усиливает заинтересованность и создаёт интригу.
- Возможность использовать игру и выиграть деньги, является дополнительным аргументом к покупке.
- Формат шоу включает разные варианты участия, чтобы даже не употребляющие алкоголь люди распространяли информацию о продукте по собственному желанию.
- Появляется аудитория преданных фанатов.

OUT