



БРИФ НА РАЗРАБОТКУ НАЗВАНИЯ

<p>1. ЧТО НАЗЫВАЕМ</p> <p>Краткое описание новинки — продукта или компании. Имя категории</p>	<p>Компания по доставке еды. ВАЖНО (не нужно делать акцент на доставку), главное это сама еда и вообще образ жизни.</p>
<p>2. ТЕХ. ТРЕБОВАНИЯ</p> <p>Язык (рус/интер), род, длина. Неологизмы? Где будет использоваться название: домен, вывеска, визитки, товарный знак (МКТУ)</p>	<p>Русский или латиница, которая легко читается для русских. Использоваться будет вообще везде — фирстиль, диджитал, ТМ</p>
<p>3. АССОЦИАЦИИ</p> <p>Желательные и нежелательные ассоциации. Примеры удачных названий</p>	<p>Главное в этом проекте — само питание, а не «служба доставки». Мы продаем не обычную еду, мы продаем качество и образ жизни. Основная концепция — Диета Дюкана. Привязка к рецептам и органические продукты. Направления Age Care и Lifestyle (обед на работу, ужин домой)</p> <p>НУЖНО: современно, кратко, емко, со смыслом НЕ НУЖНО: юмора, советских отсылок, сложных конструкций, нечитаемых английских слов</p>
<p>4. СРЕДА</p> <p>Целевая аудитория, ценовой сегмент, имена конкурентов</p>	<p>БЕКГРАУНД</p> <p>Мы выделяем три основных тренда современного общества связанных с нашей тематикой:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Ускорение. Темпы жизни увеличиваются с каждым годом. Такси приезжает через 4 минуты. Перевод денег занимает не больше минуты. Поиск информации моментален.2. Гендерное смещение. Женщины больше не стоят за плитой целыми днями, а ведут активную и насыщенную жизнь наравне с мужчинами.3. Здоровый образ жизни. Очевидный тренд не нуждающийся в комментариях. <p>АРХЕТИП БРЕНДА</p> <p><i>ЗАБОТЛИВЫЙ</i> Заботливый — внимательный, старательный, предусмотрительный, хлопотливый. Поможет избавиться от вредных пищевых привычек.</p>

	<p>Позволит легко освоить навыки здорового питания. Откроет для Вас новые продуктовые и вкусовые сочетания. Мы делаем нашу еду только из качественных ингредиентов, которые могут быть нами найдены; Материальные блага для нас – следствие эффективной работы и роста компании; Мы с радостью заботимся о наших Клиентах и удовлетворяем их потребности; Мы создаем постоянные взаимовыгодные отношения с нашими поставщиками; Мы верим, что здоровое питание – ключ к укреплению здоровья Желание заботливого — защитить людей от возможного ущерба. Цель — помогать окружающим Стратегия — делать добро окружающим</p> <p>ПОТРЕБНОСТИ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Желание избегать вредных для здоровья/фигуры продуктов 2. Желание стабильности 3. Самоконтроль <p>БАРЬЕРЫ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Слабая информативность 2. Плохой support 3. Отсутствие универсальности предложения 4. Доставка продуктов это дорого 5. Боязнь что обманут с качеством продуктов <p>ИНСАЙТ Я хочу правильно питаться, но боюсь, что это несовместимо с моим образом жизни</p>
<p>5. ДОПОЛНИТЕЛЬНО</p> <p>Любые сведения, которые могут быть полезны для решения задачи</p>	<p>Преимущества:</p> <ul style="list-style-type: none"> • собственное производство • свежесть • никаких консервантов <p>Варианты позиционирования (подсказки в каких направления нужно думать):</p> <ul style="list-style-type: none"> • Только результативные мировые программы питания; Еда от профессионалов • Колоссальная экономия времени; Освободите время для важного. • Контролируемые порции и время приема пищи; • Экологически чистые и органические продукты; свежесть • Профессиональная и оперативная доставка правильных сетов; Питайтесь правильно. Везде.