

AIR



branding
& digital

/ Подборка работ
по брендингу
и ребрендингу

Агентство AIR

мы развиваемся на рынке брендинга 11 лет, работаем с такими компаниями, как: БЦ Высоцкий (логотип на небоскребе как знаковый объект в городе Екатеринбург), УГМК ОЦМ, УГМК Сталь, деревообрабатывающее предприятие Синергия, BROZEX, ANTIKA (ванны Верх-исетского металлургического завода), АМЕТ (посуда Ашинского металлургического завода), Банк «Нейва», Курганский мясокомбинат (бренды тушенки «Myaso в банке» и «Курганский стандарт»).

- 1** Анализ позиционирования компании
(где сейчас, к чему Клиент хочет прийти)
- 2** Конкурентный срез: по визуалу, подаче информации
- 3** Анализ визуала российских и мировых трендов на данном рынке, уход от быстрых и горящих трендов, акцент на долгую актуальность
- 4** Разработка 3-4 вариантов концепции, разной по идее и смысловому наполнению
- 5** Обсуждение и выбор наиболее эффективного решения (Клиент — с точки зрения специфики бизнеса, мы — с точки зрения дизайн продукта)
- 6** Согласование и адаптация

Примеры ребрендинга

из-за смены позиционирования компании/продукта, с целью осовременить продукт и достигаться до нужной аудитории, расширить зону влияния на меняющийся рынок и повысить эффективность продаж.

/ Редизайн упаковки тушенки «Myaso в банке»

Задача: полный ребрендинг продукта, "омолаживание" имиджа потребления, акцент на молодежную аудиторию. Как итог по фокус группе: точно попадание дизайна в целевых потребителей.



БЫЛО

СТАЛО

/ Редизайн упаковки тушенки «Курганский стандарт»

Задача: тонкий апгрейд фирменной тушенки, хита продаж, цель — упаковка должна выглядеть современнее, дороже, но быть максимально преемственной по атрибутам и узнаваемой на полке



БЫЛО



СТАЛО

/ Редизайн логотипа «Синергия»

Задача: тонкий апгрейд фирменной тушенки, хита продаж, цель — упаковка должна выглядеть современнее, дороже, но быть максимально преемственной по атрибутам и узнаваемой на полке



БЫЛО



СТАЛО



/ Редизайн упаковки BROZEX

Задача: обновить дизайн упаковки известных смесей, сделать более современным и лаконичным, но при с узнаваемой плашкой логотипа сверху. Работа проводилась в 2017 году, продукт в этой упаковке успешно продается 6 лет, возможно скоро понадобится и его ребрендинг.



БЫЛО



СТАЛО

/ Дизайн бренда фурнитуры и крепежа «Kreffit»

Задача: разработка бренда мебельного крепежа и фурнитуры.



/ Дизайн бренда производителя мобильных бетонных заводов «МСТ»

Задача: разработка яркого
и стильного решения
для смесительных систем

