

Tomatdesign Brand Development

Portfolio of projects

О нас

Tomatdesign — креативное брендинговое агентство, основанное в 2005 году в Москве. Мы специализируемся в области создания всех видов коммуникации бренда — от исследования и стратегии, до разработки комплексных дизайн-решений для корпоративного и потребительского рынков.

Награды

Наши работы удостоены более 100 наград международных и национальных фестивалей дизайна и рекламы.



Клиенты

Мы работаем с компаниями из самых разных отраслей экономики. Это помогает нам лучше понять специфику той или иной отрасли и в дальнейшем использовать накопленный опыт.

Alfa Stone
Almali
Aqualife
Autojack
Azersun Holding
Cosmomedica
Dolly Dreams
Gefest Stone
Helen Baden
J8 Club Russia
Johnson & Johnson
Just For You
Kapellmeister
MedAbout.me

Meesenburg
Minime Pets
Neemle
Pit Stop Cafe
Publish журнал
Sreda Production Company
Syssoft
Tekta Group
T-Platforms
Wow How
Yota devices
Акорекс сибирь
Бочкари
Ведис

Газпром
Георгиевское подворье
Евраз
Здесь Аптека
Здравсервис
Золотая Балка
Интерфакс
Крок
Лукойл Экто
Молвест
МЦТИ
НМК
Орлёнок ВДЦ
Продо холдинг

Русагро
Самолёт Девелопмент
Сарепта
Связной Банк
Совкомбанк
СПБ реновация
Супрэмо
Таврида Электрик
Таргин
Урюк
ЦИП
Экспоцентр
Юнсен
Яблоков

Айдентика бренда

Knock Knock

Бренд постельного белья

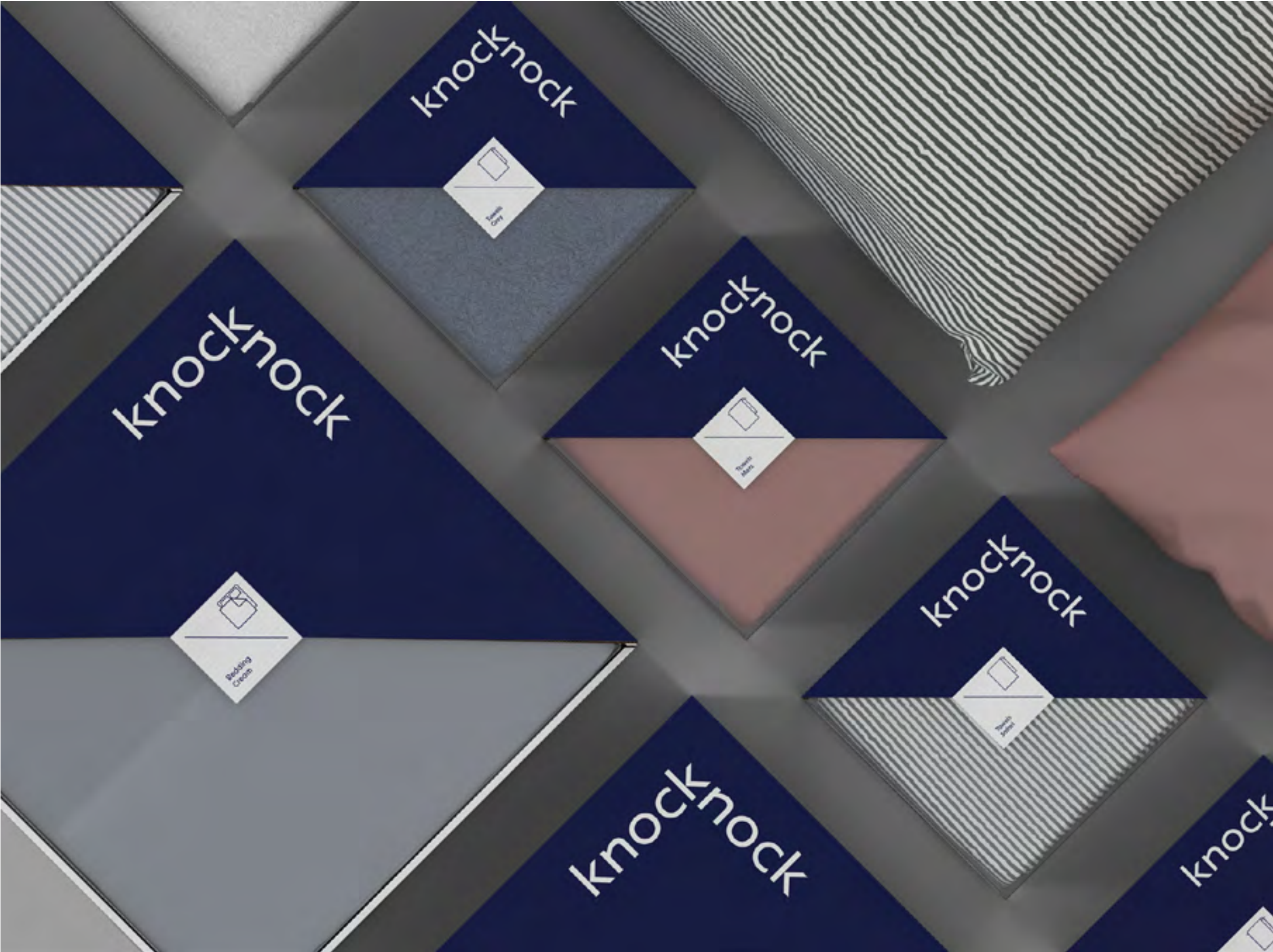
Knock Knock

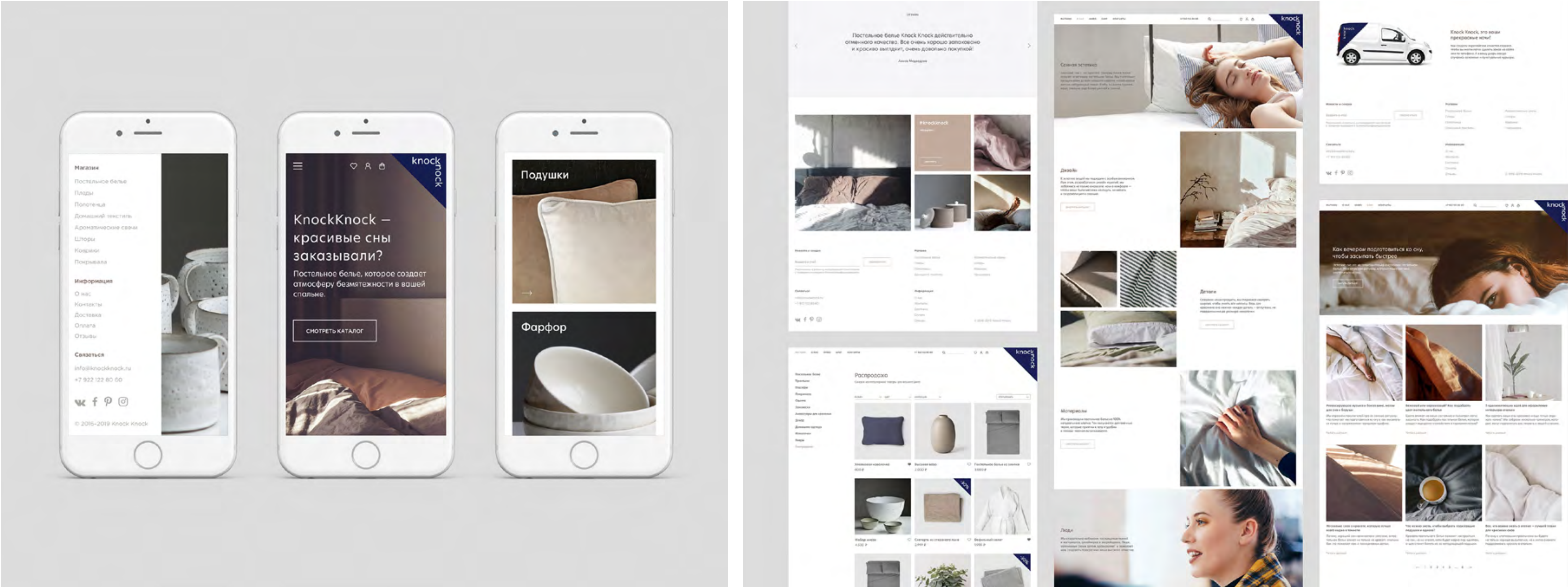
Постельное белье и предметы для дома в стильном минималистичном исполнении и высокий уровень сервиса — главные преимущества бренда Knock Knock.

В рамках проекта сделано:
название; позиционирование; коммуникационная стратегия; фирменный стиль; упаковка; сайт.



Knock Knock





Knock Knock



Grand Урюк

Сеть ресторанов

Grand Урюк

Сеть ресторанов «Урюк» расширилась с целью привлечь более молодую и активную аудиторию. На рынке появились обновленные заведения с неожиданным «Grand» в названии и кардинально изменившимися бренд-стратегией и айдентикой.

В рамках проекта сделано:
позиционирование; коммуникационная стратегия;
фирменный стиль; концепция рекламного продвижения;
упаковка Takeaway; Brandbook.







GRAND YPIOK



WILD HUNT'S NIGHT

TABLE RESERVATION: 020 5975 3988

50% OFF
ON ALL STEAKS
AFTER 8 PM

DELIVERY: GRANDURYUK.ME

GY



...ad easy onal, no-occasion
...just call it
...re not inclined to make doesn't
...potatoes is the perfect solution
...to prepare. Just open a kitchen
...is for an equally great bottle of
...intensity, yet very special.
...sweetness. California, ideally
...have, especially those wines of the
...er bottles can be equally good. A
...Chianti Classico or a Brunello
...with steak. So is a deep, rich
...age. Honestly, you won't go
...but if you are investing in a
...ete the experience with a
...rable style and quality?

For a special occasion, your best friend, sweetheart or
spouse deserves the finest dinner you can produce. For
many people, that means the simple luxury of steak and
potatoes. Instead of going to a crowded restaurant, you can
easily pull off this meal at home - and use the money you
save by splurging on an expensive, top-quality cut like
rib-eye or tenderloin or strip steak.

Of the three choices, I prefer the rib-eye. It makes the
most succulent steak, richly marbled and very tasty. (In
France, this cut is called *côte de boeuf*, and considered very
special.) Not to dismiss the milder tenderloin, sliced into
filets mignon, but to me those are best pan-fried in butter
with a lot of pepper. They are delicious, but not as meaty.
Strip loin, or New York strip steak, can be quite lean and
thus a bit chewy, but some swear by it. I find it makes a good
roast beef, cooked whole.

But we digress. Assuming you're going for a high-end
steak, you'll want to stop in a real butcher shop if you can.
Or, order from a source you trust. It will cost you, but will
still be cheaper than dinner out for two. Rather than buying
two pieces for two people, get one large steak, about two
inches thick. It will produce juicier, more flavorful meat.
Cover it with generous dashes of salt and pepper, a little
sliced garlic and some roughly chopped rosemary, then
leave it for a while to absorb the seasonings. (You'll remove
the garlic before cooking, as it would burn immediately in
the hot skillet.) Start the steak in a searing hot cast-iron
pan on the stovetop, to brown one side well. Flip, then
proceed by popping the pan in a hot oven to roast until done
in the center and the interior reaches 120 degrees, usually 8
to 10 minutes. Let it rest 10 minutes or so before slicing into
le strips, across the grain. The residual heat will get the
k's interior to medium-rare. My favorite simple potato
right now is made by boiling the tiny ones called
(even smaller than baby potatoes) in heavily salted
water and tossing them with butter, garlic, parsley and
lemon juice. They take but 10 minutes to cook.

Grand Урюк





-PitStop—

Сеть кафе в формате Fix Price

-PitStop—

Сеть быстрого питания -PitStop— в формате Fix Price предлагала посетителям стандартный для рынка стритфуда набор услуг: экспресс-обслуживание, справедливые цены и широкий ассортимент.

В рамках проекта сделано:

позиционирование; платформа бренда; коммуникационная стратегия; фирменный стиль; дизайн-система оформления кафе; запуск двух тестовых объектов, упаковка Takeaway; униформа; POS-материалы; Brandbook.









—PitStop—



Здесь Аптека

Сеть аптек-дискаунтеров

Здесь Аптека

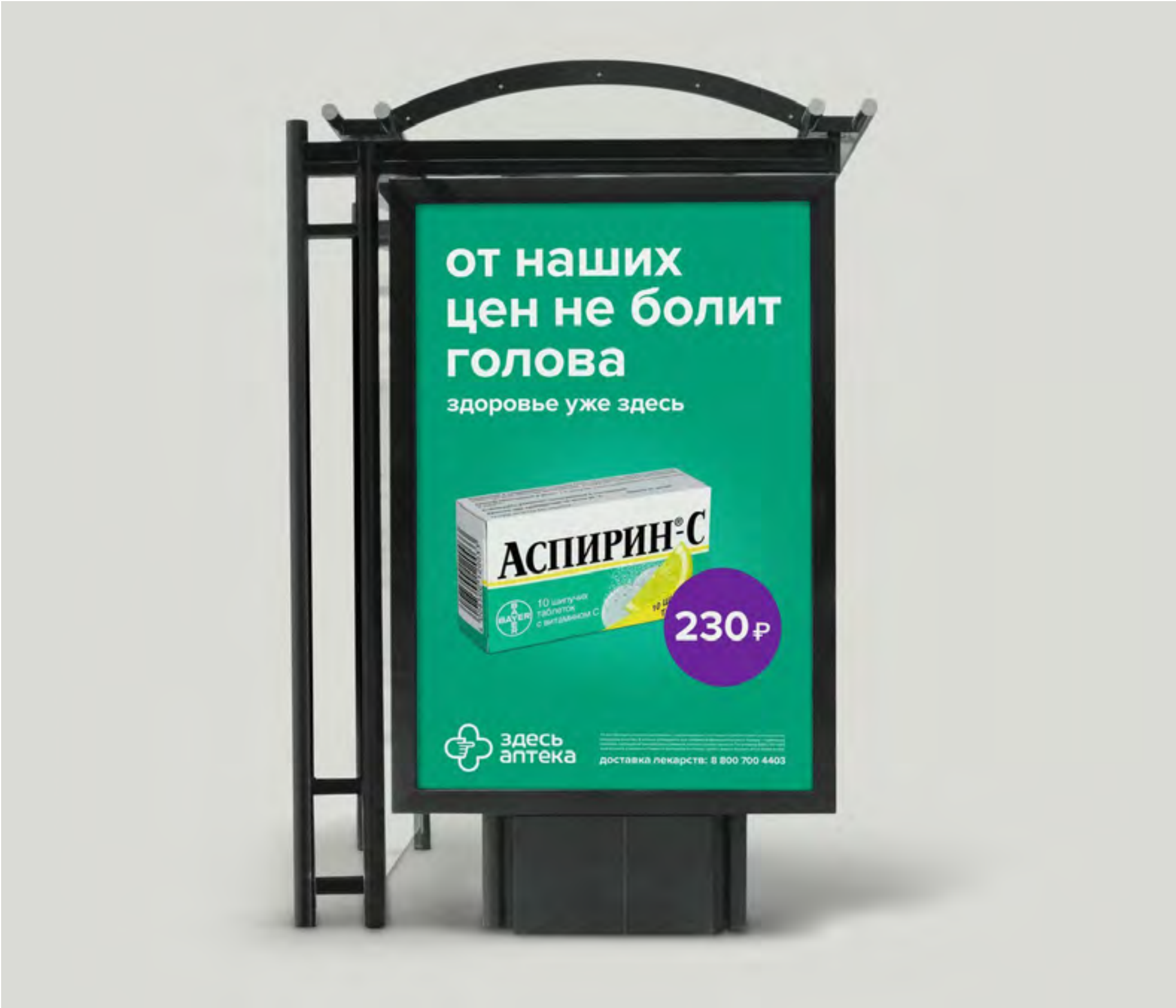
Мне не нужен брендинг, мне нужен пластырь!

«Здесь Аптека» — сеть аптек-дискаунтеров. Необходимо было подчеркнуть доступность бренда для обычного человека, выделиться из ряда других аптек, создать простой, дружелюбный, запоминающийся образ.

В рамках проекта сделано:

название: позиционирование; платформа бренда; коммуникационная стратегия; фирменный стиль; дизайн-система оформления аптек; рекламные кампании; упаковка Private Label; Brandbook.









Золотая Балка

Производитель вин

Золотая Балка

«Золотая Балка» — один из старейших заводов по производству вин: он работает с 1889 г. В наше время в его истории начался новый этап — серьезная реновация: с инвестициями в производство, полным переоборудованием, развитием элитного виноделия.

В рамках проекта сделано:

редизайн визуальных атрибутов бренда; фирменный стиль; оформления мероприятий; сайт; промо-упаковка; продуктовые и имиджевые фотосессии; Brandbook.



Золотая Балка





Упаковка

Plan B

Энергетический напиток

Plan B

Энергетических напитков «Plan B» предназначен для людей, которым в жизни нужна альтернатива — заряд от новых эмоций и впечатлений, ощущение, что время прошло с пользой. «Plan B» поможет побороть «притяжение дивана» и даст энергию на приятные моменты жизни.

В рамках проекта сделано:
айдентика бренда; дизайн упаковки;
коммуникационная стратегия;
рекламное продвижение; Brandbook.



Plan B



Plan B



Plan B



Напитки из Черноголовки

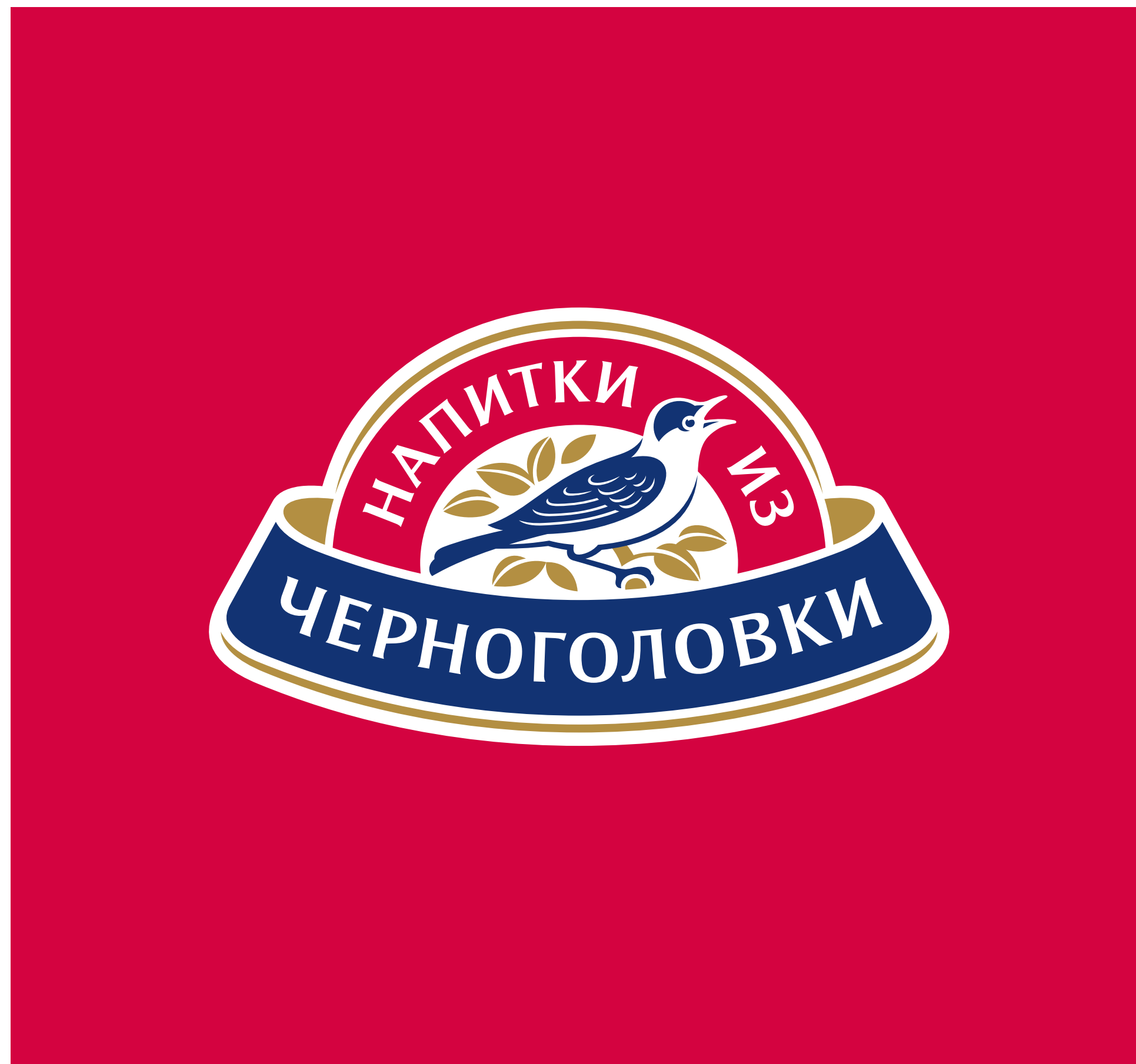
Линейка лимонадов

Напитки из Черноголовки

«Напитки из Черноголовки» — один из наиболее популярных брендов лимонадов не только в России, но и за её пределами. Очередным шагом в развитии и укреплении бренда стал полный редизайн его визуальных атрибутов, а также этикеток всей продуктовой линейки.

В рамках проекта сделано:

редизайн визуальных атрибутов бренда; дизайн упаковки;
создание авторских иллюстраций; POS-материалы.



Напитки из Черноголовки



Напитки из Черноголовки



до

после

Baikal

Природная вода

Baikal

Питьевая вода класса премиум добывается на глубине 400 метров, непосредственно из скважины на озере Байкал. Символом бренда стал образ старика Байкала — популярного персонажа многих мифов народов Бурятии.

В рамках проекта сделано:

айдентика бренда; дизайн упаковки;
структурный дизайн (форма бутылки).







AI Market

Private Label

Al Market

Al Market — сеть магазинов формата Hard Discounter в Азербайджане. В качестве логотипа мы выбрали простой образ низких цен — знак процента. Этого было достаточно для обозначения формата жесткого дискаунтера, и все остальные элементы айдентики было решено делать вне

В рамках проекта сделано:
айдентика бренда; дизайн упаковки Private Label.









Minime

Корм для питомцев

Minime

Компания «Minime Pets» производит промышленным способом свежую, без консервантов и ароматизаторов, еду для домашних животных под маркой «minime». Через год после запуска бренда стало ясно, что для упаковки продукта требуется более выразительный дизайн.

В рамках проекта сделано:

редизайн визуальных атрибутов бренда; дизайн упаковки; создание авторских иллюстраций; POS-материалы.









JC Dark Lager

Ограниченная серия пива

JC Dark Lager

Пиво сварено и названо в честь известного винодела Жана Клода (Jean Claude), любителя яхт и поклонника тёмного пива. В дизайне упаковки особое внимание уделено именно его страсти к яхтам.

В рамках проекта сделано:
идея торговой марки; айдентика бренда; дизайн упаковки.



JC Dark Lager



JC Dark Lager



Рекламные коммуникации

Самолет

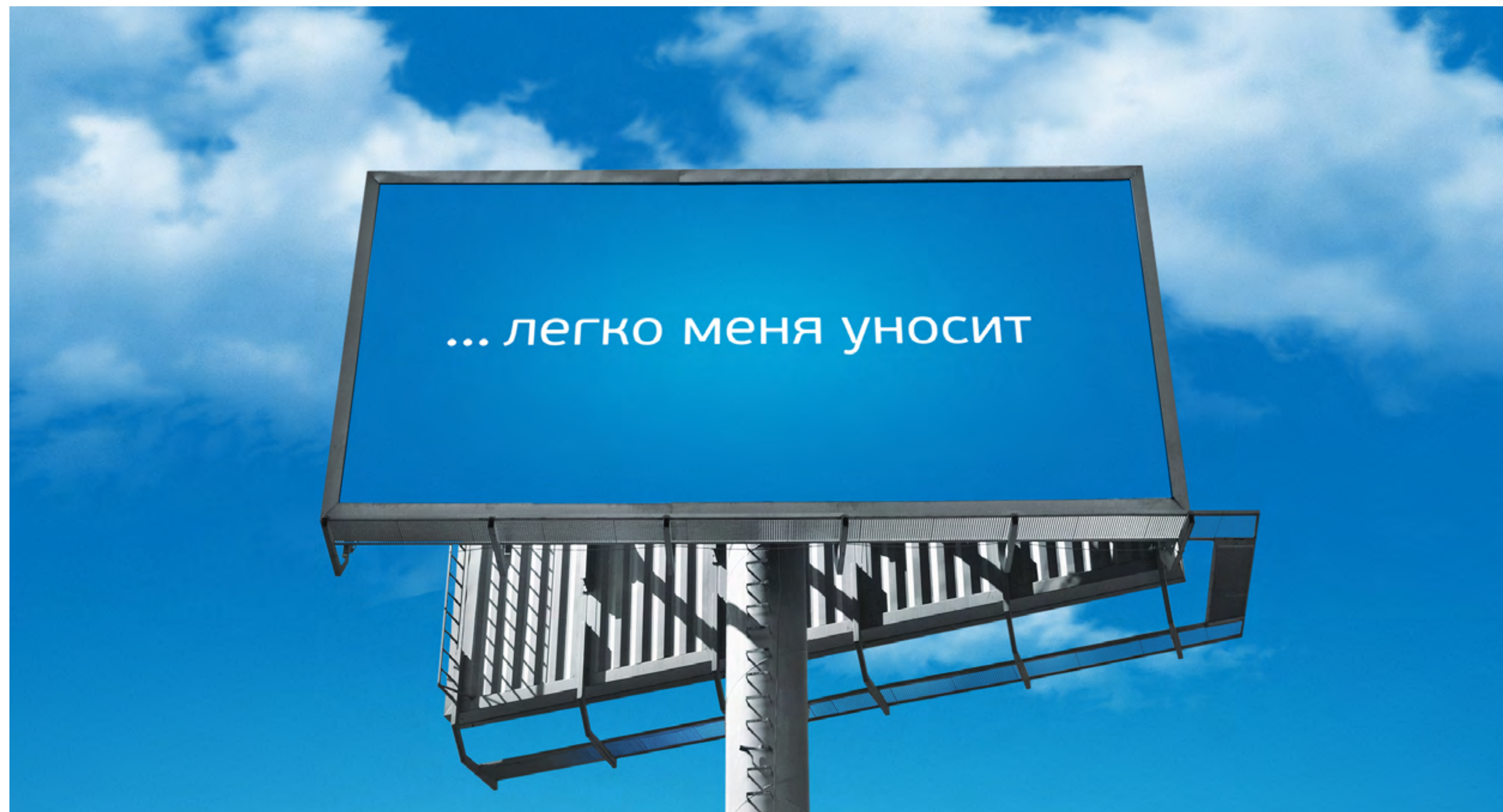
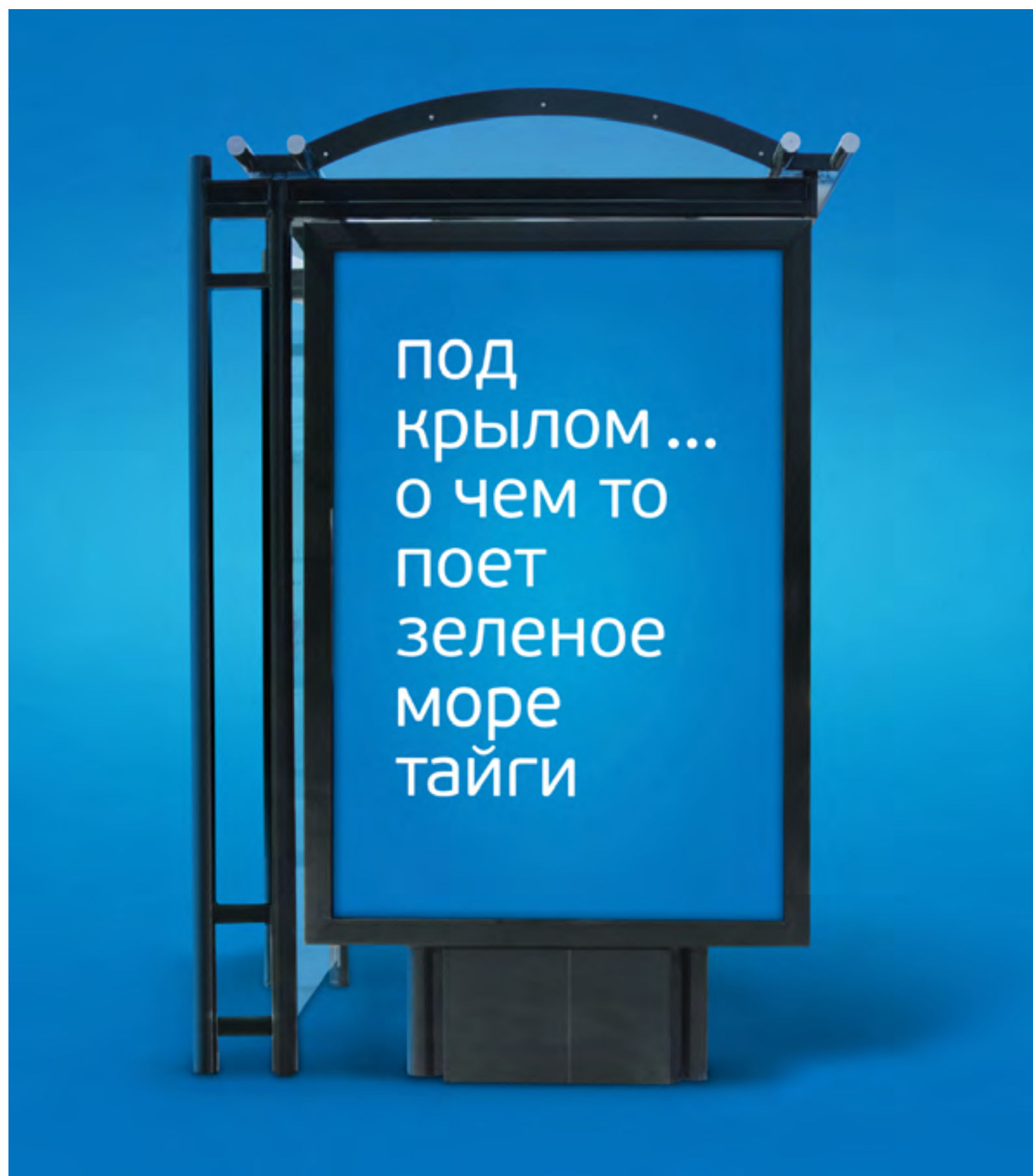
Тизерная реклама

Самолет

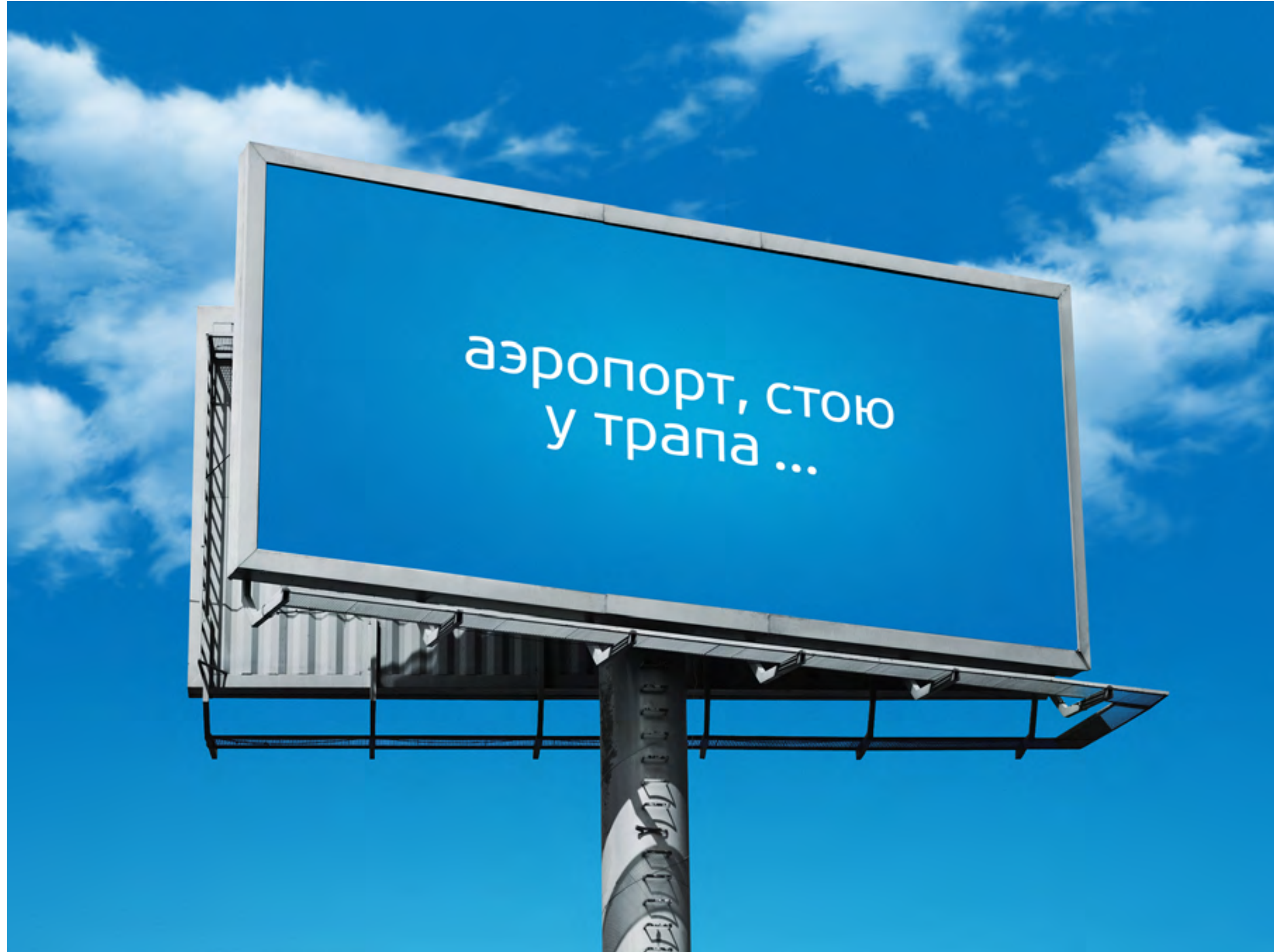
«Самолет Девелопмент» — один из крупнейших участников российского строительного рынка. Компания самостоятельно реализует и контролирует все этапы проектирования и строительства объектов.

На первом этапе продвижения бренда была запущена тизерная рекламная кампания, целью которой было — максимально быстро познакомить потребителя с новым игроком на рынке девелопмента. Нами была предложена

идея — создать интригу вокруг названия компании, через всем известные песни про «самолет». Процесс вовлечения аудитории в коммуникацию позволил обратить внимание на новую компанию и быстро запомнить слово «самолет».



Самолет

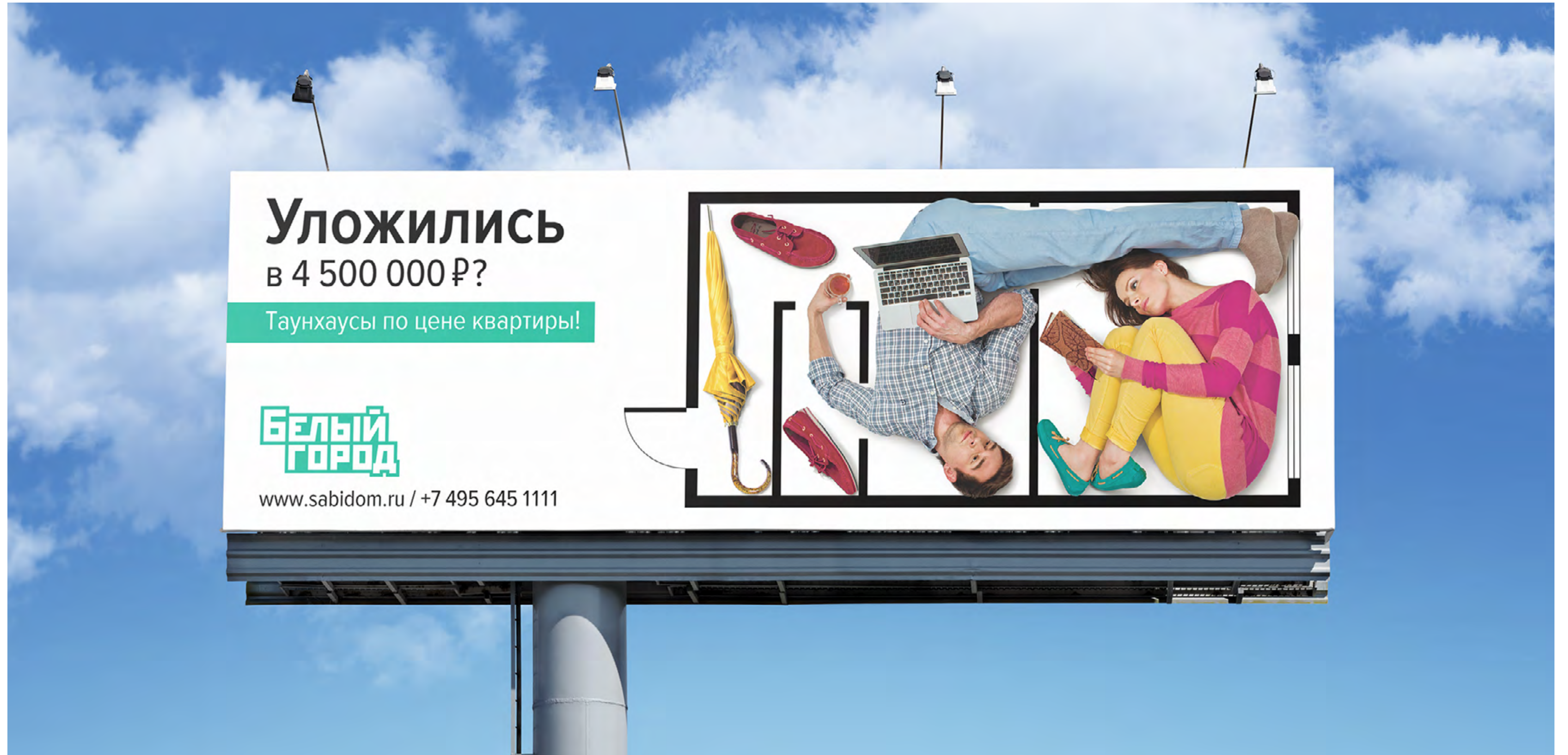


Белый Город

Наружная реклама

Белый Город

Рекламная кампания для поселка таунхаусов «Белый Город» от девелоперской компании «Сабидом».





Уложились
в 4 500 000 ₽?

Таунхаусы по цене квартиры!

**БЕЛЫЙ
ГОРОД**

www.sabidom.ru / +7 495 645 1111



Нимбл

Рекламное продвижение

Нимбл

Компания «Нимбл» разрабатывает комплекс программных продуктов, которые помогают вести дела малому и среднему бизнесу.

Главным героем коммуникации стала собака — ведь это и есть надежный и верный помощник, который искренне любит нас и делает нашу жизнь проще и радостней.





Спутник

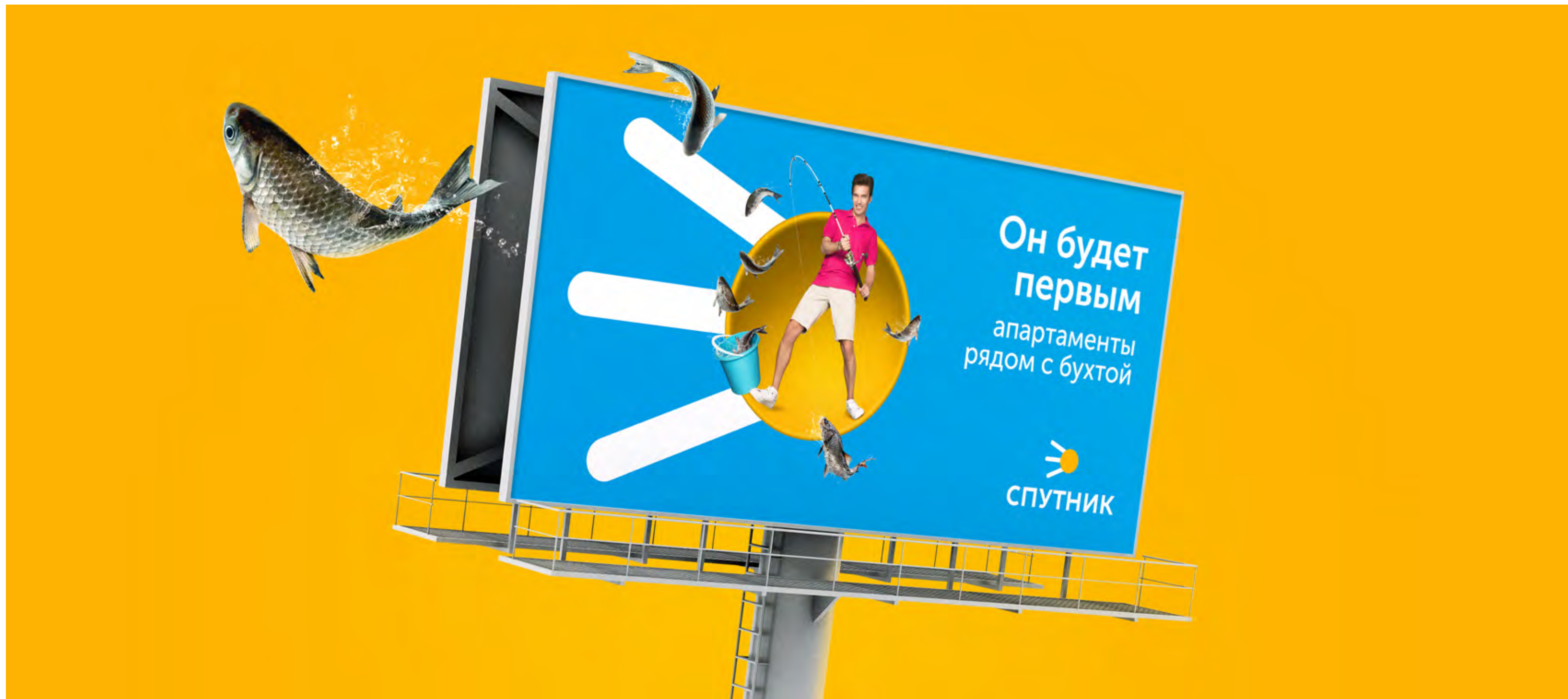
Рекламная кампания

Спутник

В России отношение покупателей недвижимости к апартаментам неоднозначное. В квартале «Спутник» от группы компаний «Самолёт Девелопмент» предлагается именно такой формат жилья.

Перед нами стояла задача привлечь внимание к специфическому продукту и заинтересовать потребителей. Требовалось нечто необычное, отличающееся от типовых сообщений в рекламе недвижимости.

Образ спутника в нашем прочтении претерпел трансформации: из бездушного (пусть и инновационного) объекта он превратился в эмоциональный, яркий и ироничный символ жизненного пространства.







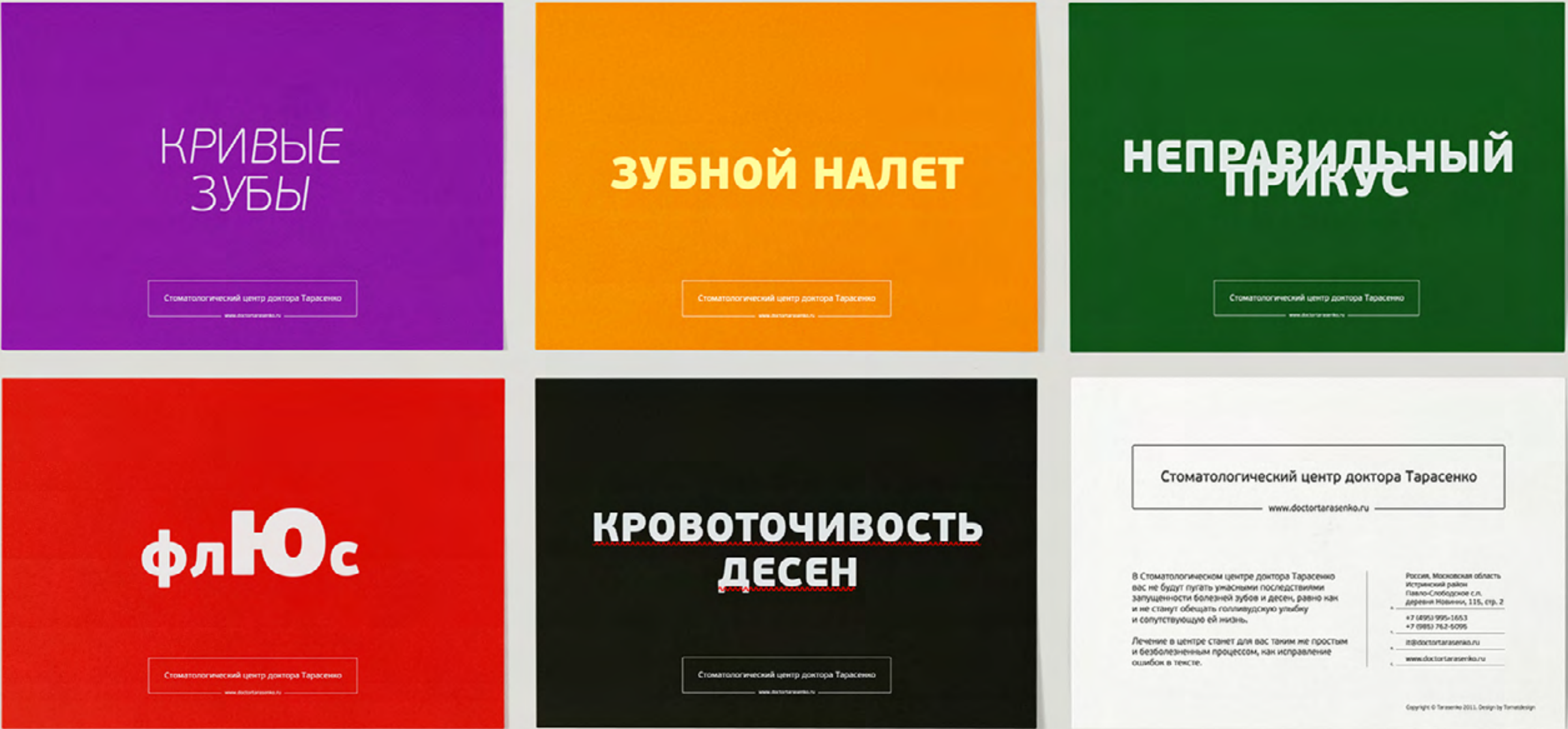
Стоматологический центр

Рекламное продвижение

Стоматологический центр

При создании айдентики «Стоматологического центра доктора Тарасенко» перед нами стояла задача отстроиться от стереотипов в категории — образов «счастливых людей с белоснежными улыбками».

Типографика как визуальный образ, позволила наглядно продемонстрировать любую проблему полости рта, и показать, что решить эти проблемы также легко, как исправить ошибку в текстовом редакторе.





Постер создан по мотивам известной фразы стоматолога, уговаривающего пациента открыть рот — «Скажите а-а-а...»



Средовой дизайн

Спортивно-развлекательный комплекс

Навигация в интерьере

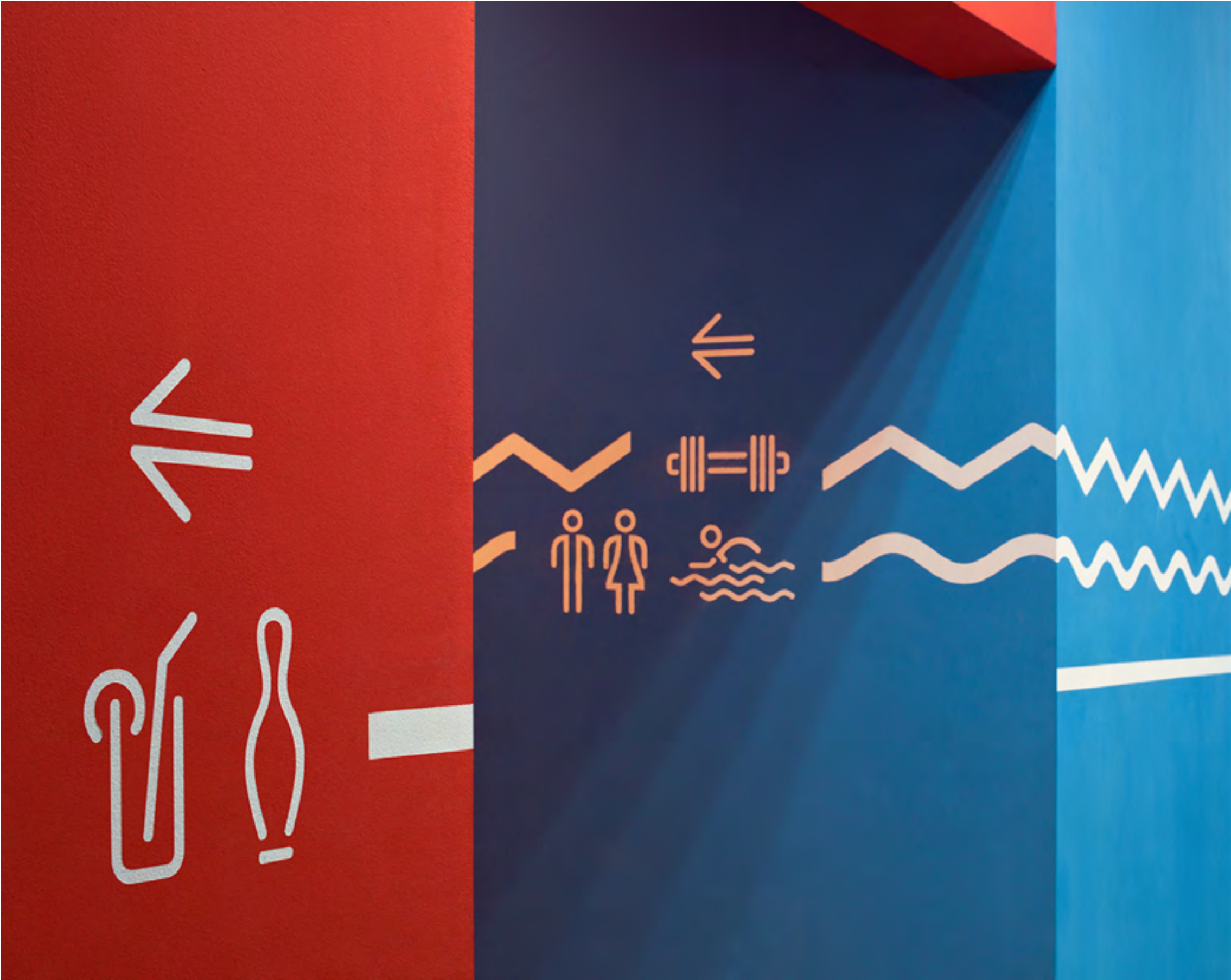
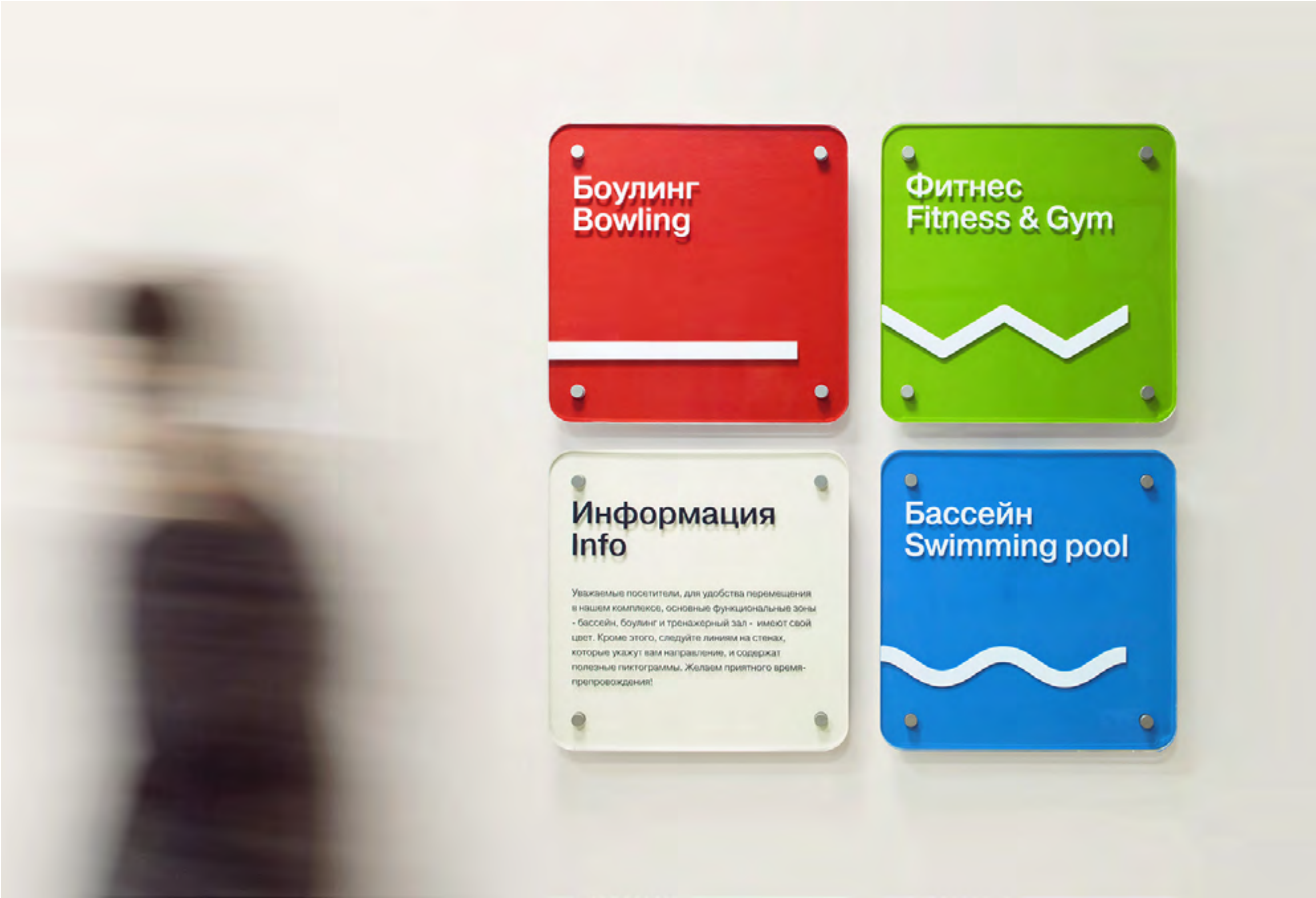
Спортивно-развлекательный комплекс

Мы разработали систему навигации в интерьере, которая одновременно стала и фирменным стилем для нового спортивно-развлекательного комплекса при клуб-отеле «Воскресенское».

В основу системы навигации легли яркие цвета и линии, которые были призваны помогать посетителям интуитивно ориентироваться в пространстве.



Спортивно-развлекательный комплекс



Спортивно-развлекательный комплекс





«Новая Поликлиника»

Навигация в интерьере

«Новая Поликлиника»

В навигации медцентра прежде всего решались задачи удобства ориентирования посетителей на шести этажах исторического здания в центре Москвы, имеющих не самую удобную планировку и низкие потолки.

Легкие технологичные конструкции указателей и лаконичная графика позволили сделать визуальную среду медцентра эстетически более привлекательной.

Чтобы посетителям было проще ориентироваться на каком из этажей они находятся, стены на каждом этаже были закодированы в разные цвета.





«Новая Поликлиника»







Чемпионат по биатлону

Оформление соревнований

Чемпионат по биатлону

Перед системой визуальных коммуникаций международных соревнований по биатлону на приз памяти Виталия Фатьянова стояло несколько задач. Соревнования должны были стать одним из самых заметных и ярких впечатлений

жителей Камчатки и гостей полуострова. При этом необходимо было выдержать баланс между информативностью коммуникации и яркостью фирменного стиля.

Заявленный уровень соревнований по качеству оформления не должен был уступать чемпионатам мира. Камчатка всерьез претендовала на право проведения чемпионата мира по биатлону 2016 года.



Чемпионат по биатлону



Чемпионат по биатлону



Чемпионат по биатлону



Чемпионат по биатлону



**Спасибо
за внимание**