

# 舍可策划案例：品牌 整案策划 犇冠牛排 产品包装策划设计

|      |                              |
|------|------------------------------|
| 产品名称 | 舍可策划案例：品牌 整案策划 犇冠牛排 产品包装策划设计 |
| 公司名称 | 上海舍可企业形象策划有限公司               |
| 价格   | 面议                           |
| 规格参数 | 品牌:舍可策划                      |
| 公司地址 | 上海市金山区亭林镇金展路2229号7号楼1401室    |
| 联系电话 | 021-61556214 13296016214     |

## 产品详情

项目时间：2016年 项目内容：品牌战略/产品包装等 项目背景：上海冠越食品有限公司创立于2013年，主要经营：原味/腌制肉制品--鸡肉、猪肉、牛肉等西餐类产品以及中餐料理包，可根据客户要求定制。工厂设在安徽省利辛工业园区内，占地面积约130000平方米。公司尊崇“踏实、拼搏、责任”的企业精神，并以诚信、共赢、开创经营理念，创造良好的企业环境，以全新的管理模式、完善的技术、周到的服务、卓越的品质为生存根本，始终坚持客户至上、用心服务于客户、坚持用自己的服务去打动客户... 犇冠是上海冠越食品有限公司旗下子品牌，主要针对餐饮渠道客户，主要包含大酒店、连锁品牌餐饮、自助式餐厅、咖啡馆、西餐厅等，为客户提供以牛排为主的系列产品。此次找到舍可策划，旨在能通过系统性的策划，重新梳理品牌和设计产品包装。以下是原来的品牌形象：

舍可策划在经过与客户方沟通了解，认为存在以下几个问题：

- 1、品牌缺乏系统性的思考，没有鲜明的价值；
- 2、包装过于平庸，没有品牌感和识别力；
- 3、产品缺乏一个强有力的购买理由。

以下是案例的详细解读：

一、品牌战略 1、目标人群洞察：舍可策划通过对餐饮渠道客户（主要包含大酒店/连锁品牌餐饮/自助式餐厅/咖啡馆/西餐厅等）的洞察与市场的调研发现：相对于普通消费者，餐饮渠道的采购者是属于牛排等肉产品的内行人士，所谓外行看热闹，内行看门道，内行人士对牛排的选择标准显然更加理性、更加懂行。他们对产品质量要求更高。

品质！还是品质！ 2、品牌资源分析：1、我们了解到，犇冠品牌在安徽自建工厂，占地面积约130000平方米，拥有先进的生产设施、全新的管理模式、完善的技术、及科学的加工工序；在产品质量、品控、包装、运输、服务等等各个环节都有严格的保障体系。这是品牌已有的资源优势，这些优势与市场上其

它竞争对手（“贴牌”品牌）形成强烈对比。2、另外我们在与品牌创始人曾先生的访谈中了解到，曾先生本人及核心团队成员从事食品生产加工已有二十多年，他本人对食品的安全问题高度重视，一直秉承着“做安全美味的良心食品”的理想而不懈努力。

自建工厂、专业团队、严格品控、科学加工……等等这一切的努力与付出，其背后的本质也都是为了品质能得到保障！

于是“品质有保障”成为了犇冠品牌的核心价值，以及目标人群选择购买的最大理由！

二、品牌强势广告语：一句话说清品牌核心价值，一句话说动目标消费者购买、并且记住你的品牌！强势广告语让消费者快速理解、快速传播（转述）你的品牌！在考虑犇冠的品牌强势广告语时，我们首先注意到了一个问题，那就是“犇”字是个大家记得住（三个牛）却读不出来（读b n）的字；从字形上来讲“三个牛”可以体现牛排的关联性，但从口耳相传的传播角度，却是传播成本较高的一个字。于是我们希望用个同音词来带动大家对这个字的读法，“奔冠”与犇冠不仅同音，而且还是相同的含义，即“奔向冠军”

犇冠食品·品质奔冠“犇冠食品·品质奔冠”把犇冠产品的核心卖点说清楚了，“品质奔冠”也是说动客户购买的理由。整句广告语简单易懂，前后押韵，易读易懂，不仅说清了品牌的核心价值，同时也将“犇”字有效的与“奔”字做了读音上的嫁接，一听就能理解、能记住、能传播（转述）围绕这个“品质奔冠”的强势话语，我们再梳理出犇冠品质有保障的话语体系：品质奔冠三大保障：肉源有保障：犇冠食品所用肉品原料均经官方严格检验检疫合格，确保肉品来源可追溯、产地有保障。品控有保障：犇冠食品所属工厂拥有先进的生产设施设备；产品研发、工艺、品控、运输等环节严格遵循科学的食品生产管理标准。品牌有保障：犇冠品牌创始人曾先生与其团队骨干从事食品生产加工行业二十多年，一直秉承着“做安全美味的良心食品”为使命，而不懈努力。

三、品牌强势符号：强势符号是消费者看一眼就能理解、记住、并且能说得出来的符号。它能对品牌核心价值产生有效的联想，消费者能够通过强势符号快速形成对品牌的认知，从而降低品牌的传播成本。

金牌是一个人人都能理解、一看就知道是代表“冠军”的强势符号。犇冠牛排的卖点是品质有保障，金牌这个符号能够代表犇冠牛排的品质级别，这个符号暗示了犇冠是牛排中的品质冠军，而客户只要一看到金牌符号就能感知到犇冠品牌·品质奔冠的核心信息，从而形成对犇冠产品品质的认知与信任。

四、产品包装：舍可策划认为包装是最重要的战略武器；将品牌强势符号应用于产品包装，使包装成为终端最闪亮的“明星”，将强势购买理由应用于包装，能够快速打动消费者购买。

五、品牌其它传播物料：

项目后记： 犇冠食品的产品新包装目前正在铺货中，其它类型系列产品及包装将陆续面世.....