

舍可策划案例：和本菓品牌 整案策划设计

产品名称	舍可策划案例：和本菓品牌 整案策划设计
公司名称	上海舍可企业形象策划有限公司
价格	.00/个
规格参数	
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

消费者痛点的好产品，我们需要找到合适的概念来有效地传播产品卖点。2、品牌资源分析：消费者对和本菓原有的“生吃坚果”概念的直观想象是“没有味道”，同时多数人并不认为“会不会不好吃”。而根据对和本菓产品的调研及与同类产品的对比，我们发现和本菓品牌多年的运作经验，在产品的来源和质量把控上有着其独特的优势。全部均由原产地采摘，只经物理加工，保留天然味道和营养成分，没有任何不良添加，好吃、有营养、不上火……；这些优点有效地解决了消费者对坚果“不好吃”有非常明显的差异性；为此舍可策划找到了和本菓的品牌核心定位。

品牌定位：我们卖的是原产地的原味坚果！原味坚果品牌：原味概括了产品两个层面的特征；一是原产地；二是果粒新鲜、健康；原味的，是放心的……

二、品牌强势广告语：强势广告语是一句能说动目标消费者、能让消费者一听就能对品牌形成价值认知、一听就记住；从而转化为购买行动和口碑传播的。有的“好果要生吃”这是一个教育消费者的感觉，不能表达和本菓的品牌核心价值及产品特色。“认准和本菓，原味更放心”概括了和本菓品牌的特色，同时也是给消费者提供了一个解决“坚果不好吃、坚果不健康”的顾虑；而“原味更放心”则把和本菓与其它坚果很好地作了区隔，同时又击中了上火等痛点。围绕“原味更放心”的强势话语，我们再梳理出和本菓坚果产品的特点：原产陈果、拒绝任何不良掺杂。粒粒精选：经过严格的筛选分挑，果仁优质饱满、粒粒精选、新鲜原味：从种植到食用过程只经过去壳、烘干、杀菌，全程天然有保障，原滋原味更放心。富含丰富的能量、蛋白质、微量元素等，补充人体每日所需的营养成分。

三、品牌强势符号：品牌强势符号是品牌传播中最重要、行为影响力最强的符号。消费者只要看一眼就能过记住、就能说得出来、并且能产生品牌联想，降低品牌的传播成本，让一个新品牌快速被消费者接受。在构思和本菓的品牌强势符号时，项目团队深入调研了（以进口超市为主）的环境、和消费者在终端购买的整个流程；一切以在产品包装上应用的视觉符号为出发点，采用和本菓logo中强势的暖黄色作为符号，纯粹的色彩符号能有效地在终端货架上把消费者吸引到品牌前，成为消费者的第一步；也是尤其重要的一步，让匆忙的消费者发现、了解、购买、进而形成口碑。暖黄色的“光照效果”与品牌“天然、健康、原滋原味”的风格诉求不谋而合。

武器；设计包装就是策划销售！将强势符号应用于产品包装，能使包装成为终端最闪亮的理由呈现于包装，便能快速打动消费者购买你的产品。项目后记：和本菓的产品新包装目前已在欧尚超市、ole'超市、罗森、全家等等各大超市与消费者见面。

项目时间：2016年项目内容：品牌战略/产品包装等-项目背景：和本菓是上海兆贾贸易有限公司旗下的坚果品牌，其团队在坚果产品供应链方面有着十几年的运作经验，以“为年轻群体提供健康、高品质的坚果产品”为经营使命，目前刚刚进入市场，以线下进口超市、便利店为主要渠道，首推主打系列产品的品牌战略、品牌定位、品牌个性的策划和产品包装设计，为品牌打下坚实的基础，让第一批主打产品能在市场中一炮打响。经过调研和了解认为：很显然，和本菓就是那种传说中的“好产品，但没有好包装”的典型案例。存在以下几方面的问题：1、品牌缺乏系统性的思考，“生吃”并不能诠释和本菓产品的价值；2、品牌不是一个好的购买理由；3、现有的产品包装缺乏符号性和卖点的描述。

以下是案例的详

：很显然，和本菓的产品目标人群是以年轻白领为主的消费者；于是舍可策划项目组开始进行市场调研，大多数人既了解坚果的美味好吃，也了解坚果所含的各种营养价值；只是总有一些人会因为坚果上火、会长痘，尤其是年轻女性更为在乎，总是有种吃的香、吃完却恨嘴的情况。在越来越多的年轻人也越来越担心这类熟炒类果子的健康因素。和本菓以“为年轻群体提供原产地、高品质、健康”为品牌定位，市场推出“生吃坚果”系列产品，也正是能有效地解决目标消费者的这一冲突，所以我们说