

Entwurfskonzepte - stimulate fresh food awareness

Die Marke Vegetaria legt viel Wert auf die exklusive Präsentation ihrer Gerichte und Bilder von eben diesen sind sowohl auf ihrer Website, als auch bei ihrem Facebook-auftritt zu finden. Diese Fotos ihrer ansprechenden Kreationen, denen man ohne Frage etwas künstlerisches abgewinnen kann, möchte ich bei meinen konzeptionellen Entwürfen bezüglich „fresh food awareness“ mit einbeziehen und sie noch weiter in den Fokus rücken, bzw. sogar selbst zum werbenden Medium machen.

Der erste Teil des Konzeptes sind Flyer, die ganz schlicht gehalten, auf der Vorderseite ein Gericht präsentieren (nur Foto) und auf der Rückseite das Gericht vorstellen, wie es auch auf der Internetseite der Fall ist, und weiter Informationen (Kontaktdaten) beinhaltet.

So erfährt der Kunde überhaupt von der Existenz der Marke und kann sich weiter informieren.

Bezüglich dieser Möglichkeit würde ich den Internetauftritt geringfügig abändern, sodass auch auf der Startseite die Bilder zu sehen sind, welche den Flyer schmücken um eine Verbindung herzustellen und die Seite ansprechender zu machen - auch für Leute, die den Flyer eventuell nicht gesehen haben.

Diese Flyer könnten, z.B. bei den online angegebenen Partnern ausgelegt/verteilt werden.

Der zweite konzeptionelle Entwurf ist ein Kurzer Spot, den Vegetaria - ohne weiter Kosten, soweit ich richtig informiert bin – über ihren Facebook-Auftritt verbreiten könnte und zwar nach dem Schneeballprinzip.

Der Spot ist – im jetzigen Entwicklungsstadium - eine einfache Abfolge von Fotos ihrer Gerichte, unterstützt durch kurze Argumente für gesündere Ernährung, „Kritiken“ (Zitaten) von Kunden die bereits bei Vegetaria gegessen haben oder aber Fakten über die Marke selbst.

Der gesamte Stil des Videos ist natürlich angepasst an die restliche Medienpräsenz von Vegetaria (Logo, Farbgebung usw.).

Diesen Spot lädt Vegetaria auf ihrer Facebookseite hoch und bittet - wenn notwendig – die Fans darum, das Video mit ihren Freunden zu teilen.... die Folgen hiervon dürften jedem bekannt sein.

Das dritte Entwurfskonzept ist eine Wandtapete!

Auch wenn die Wandtapete selbst keine Medium ist, was bevorzugt für die Verbreitung von Werbung und/oder dem Unterstützen einer Corporate Identity genutzt wird, denke ich, das es sich in diesem speziellen Fall umsetzen lässt.

Auf der Wandtapete ist ein Gericht (+ Teller) abgebildet und der Hintergrund ist transparent.

Das Logo, darf natürlich auch nicht fehlen, sollte jedoch dezent sein, so als ob es gar nicht da ist – eine Art Gedächtnisstütze.

Diese Wandtapete gibt es zu den Gerichten, oder auch in den Kochkursen, die Vegetaria anbietet.

In den eigenen vier Wänden erweitern sie den Wohnraum oder die Arbeitsfläche um einen - oder auch mehrere - fiktive Teller, z.B. in der Küche oder dem Essbereich.

Dieser dritte Entwurf baut auf die Kommunikation der Menschen untereinander.

Wenn Besuch kommt, zum Kochen, Essen oder Sonstigem, wird das Gespräch durch die Wandtapete auf die Marke Vegetaria gelenkt und in Form von Mundpropaganda für sie Geworben, vorausgesetzt das Essen hat geschmeckt.