Mikado čokolada Zvečevo,ambalaža

Ljutić, Andrija

Undergraduate thesis / Završni rad

2017

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Algebra University College / Visoko učilište Algebra**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:225:009537

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**

Repository / Repozitorij:

Algebra Univerity College - Repository of Algebra Univerity College

Visoka škola tržišnih komunikacija Agora

Završni rad

Tema: Mikado čokolada Zvečevo, Ambalaža

Student: Andrija Ljutić

Mentori: dr. sc. Siniša Bogdanović, v.pred., Dean Roksandić, g.pred.

Datum: 2016/2017

SADRŽAJ

OPIS SUBJEKTA	1
OPIS TEME	2
ISTRAŽIVANJE	3
KONKURENCIJA	4
CILJNE SKUPINE	5
POSTOJEĆI ELEMENTI VIZUALNE KOMUNIKACIJE	6
SWOT ANALIZA I ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA	7
IDEJNA RJEŠENJA I SKICE	8
RAZRADA IDEJNIH RIJEŠENJA	9
FINALNA RJEŠENJA	10
GRAFIČKI STANDARDI - PLAŠT	11
TIPOGRAFIJA	12
BOJE	13
ZAKLJUČAK	14
LITERATURA	15
PRIJAVNICA	16

OPIS SUBJEKTA

Nakon Prvog svjetskog rata Požega je izabrana kao lokacija za tvornicu. Tvornica se prvotno zvala “Stock cognac Medicinal”,, a bila je pod vodstvom tvrtke Zvečevo d.d. Točan datum je 20. listopada 1921. godine. U to vrijeme tvornica je bila rabljena isključivo za proizvodnju jakih alkoholnih pića. To su redom: voćne rakije, vinjak te domaći brandy. Sve dok 1934. godine nije došla Švicarska tvrtka Nestle te ponudila ugovor Stock cognac Medicinal-u za najam postrojenja u svrhu proizvodnje čokolade te bombona. Ugovor se odnosio na narednih deset godina. 1936. godine Ministarstvo i Kraljevska banska uprava u Zagrebu odobravaju ponudu.

Nestle stoga dobiva zeleno svijetlo za početak proizvodnje raznovrsnih čokoladnih proizvoda. Radnici su bili domaći mještani, odnosno stanovnici Požege, a ukupno je bilo 350 djelatnika. Radili su raspoređeni u 8 odjela; jaka alkoholna pića, čokolada i čokoladni bomboni, kakao u prahu i kakaov maslac, praline i punjena čokolada, kanditi, svileni bomboni i karamele, marmelada i voćni sirupi, roba od vafla i fini deserti, zamatanje čaja.



OPIS SUBJEKTA

“Budi iskren” je geslo tvornice koje je bilo ispisano na jednoj od zgrada tvornice. Radnici su se držali gesla te su se na taj način međusobno ujedinjavali radnici i uprava. Sve nas to dovodi do toga da je unutar tvornice osnovana knjižnica, pjevačko društvo i orkestar. Savršena radna atmosfera koja daje najboljim plodom.

10 godina nakon tog razdoblja, točnije godine 1946. proizvodnja se nastavlja u nacionaliziranoj tvornici, a 1958. poprima naziv “Zvečevo”. Znatna promjena se desila kad je u tvornički sustav pridodana mljekara. Tad se prestaju proizvoditi sokovi i brašna koja su se do tad proizvodila i sve se usmjerava na kakao proizvode, jaka alkoholna pića te na preradu mlijeka u mlijeko u prahu.

A sad nešto što definitivno valja naglasiti. Prijelaz s 1963. na 1964. godinu donio nam je prvu čokoladu sa rižom na svijetu! Bio je to spoj 90 postotne mliječne čokolade u spoju sa ekspandiranom rižom. Prednost je bila ta što su mliječne čokolade radili od mlijeka iz vlastite mljekare. Naziv čokolade je “Mikado”, japanski ovozemaljski i nebeski vladar; hrana ljudi i bogova.



OPIS TEME

Tema je Mikado čolokada Zvečevo, Požega. Težište interesa je redizajn postojeće ambalaže. Radi se o čokoladi pod nazivom “ Samo ti...”, odnosno šest različitih čokolada sa voćnim punjenjem.

Čokolade “Samo Ti...” trenutno postoje samo u obliku pakiranja od 100 g. Gramature u redizajnu su 100g te pakiranja od 30g (trenutno ih se ne može naći u prodaji) stoga ćemo na taj način obogatiti dosadašnji spektar čokolada.



ISTRAŽIVANJE

Misija

Misija Zvečeva kako oni tvrde je slatka. Njihova misija je zasladiti svijet, učiniti svoje korisnike zadovoljnijim. Oni također žele biti dio dobrih trenutaka, zapravo smatraju se prijateljem ili čak i članom obitelji u odnosu sa svojim korisnicima.

Naglašavaju kako s njima odrastaju generacije i pozivaju roditelje da i njihova djeca budu dio nove budućnosti. Vođeni su slikom sretnijeg života.

Vizija

Vizija je da potrošači budu zadovoljni, ne odstupajući od kvalitete i tradicije. U viziju spada i širenje sadašnjeg asortimana, modernizacija ambalaže te širenje na izvozna tržišta.



ISTRAŽIVANJE

Razgovor sa ljudima - Zvečevo

Iz razgovora sam dobio informacije da Zvečevo bira ciljne skupine u rasponu od 15 godina razlike. Također postoje premium čokolade i one koje su jeftinije svojim izgledom i samom cijenom. Mikado ima svoje kataloge u kojima objavljuje svoje serije proizvoda koje su popraćene oglasima.

Čokolada Hajduk Samo ti... se objavila u Sportskim novinama u obliku oglasa, "gađajući" točno ciljanu skupinu. Ostale čokolade Samo ti... se većinom oglašavaju na internetskim stranicama i putem plakata.

Razgovori sa korisnicima:

Većina korisnika zna za original Mikado čokoladu sa rižom , dok su im druge čokolade manje znane, osim u pojedinim slučajevima. Slijede dva komentara:

- Odlična kombinacija čokolade i jagode, cijenom prihvatljiva.
- Volim punjenje s jagodom, ovo je pravi pogodak! A ove ambalaže su mi lijepe, ali su prošle bile ipak ljepše.





ISTRAŽIVANJE

Poslovni slučaj "Zvečevo"
GODINA: 2003-2007

S obzirom na mnoštvo konkurencije Zvečevo nastoji proizvesti čokolade koje mogu konkurirati inozemnim markma, a da ujedno budu prilagođene zahtjevima i ukusu domaćeg tržišta. Među razvojem okusa i promocijom proizvoda bitnu ulogu drži dizajn ambalaže.

Temeljem toga 2003. godine Zvečevo d.d. sklapa ugovor s Art's-om s ciljem tržišnog repozicioniranja tvrtke i razvoja novih brand-ova, kao i rebrand-inga postojećih.

Ovaj slučaj je bitan iz razloga što su se upravo te godine čokolade pod nazivom “Samo ti” trebale maknuti s tržišta te je njihovo mjesto trebala zauzeti nova marka čokolade.

No na koncu čokolada “Samo ti “nije uklonjena sa polica iz razloga što je već imala lojalne potrošače koji su već navikli na taj brend. A odgovarala je svom okusu toj novoj čokoladi pod nazivom “Rapsodia”, ali je bila znatno jeftinija.



KONKURENCIJA

Čokoladni proizvodi su svugdje prisutni. U današnje vrijeme postoji enorman broj raznih tvrtki koje se bave proizvodnjom čokolada. Samim tim je konkurentnost velika, a bitni konkurentski proizvodi su redom: Milka, Dorina, SchneeKoppe.







KONKURENCIJA

Konkurencija misli isto ili vrlo slično glede misije i vizije. Svi žele zadovoljiti svoje potrošače i pružiti im sretniji život. Svi se baziraju na kvalitetu proizvoda i na njegov dobar okus. Primjeri koji su slikovno prikazani su povezani s čokoladom “Samo ti” po načinu voćnog punjenja i po poruci koja se šalje, u ovom slučaju emotivan pristup. Dorina je cjenovno približno ista kao “Samo ti”, dok su Milka i SchneeKoppe malo skuplje čokolade.





CILJNE SKUPINE

Mlađa populacija u dobi od 15 do 30 godina. Mlada populacija je kod nas često zanemarena kao ciljna skupina, no to se čini pomalo neopravdano uzevši u obzir činjenicu da prema demografskim pokazateljima osobe u dobi od 11-24 godine čine čak 18.5% ukupne populacije u Hrvatskoj. Upravo ta populacija ipak raspolaže značajnom količinom novca, uglavnom ne štede novac već ga troše i to ne na stvari koje im trebaju, nego na stvari koje im se sviđaju. Stoga bi se trebalo usmjeriti na upravo tu ciljnu skupinu.

U Završnom radu je naglasak na ciljanoj skupini mlađe populacije. Odnosi se pretežito na tinejdžere.



POSTOJEĆI ELEMENTI VIZUALNE KOMUNIKACIJE

Trenutni sadržaj na ambalaži je postavljen na čistoj bijeloj pozadini. Bitan element je tipografski ispis “Samo ti...”. U jednoj fazi prodaje je bio izveden drugom tipografijom, no u svim drugim fazama je izveden kako je vidljivo na slici.

Također je vidljiv logotip Zvečeva koji ukazuje na tradiciju i važnost brenda, a apliciran je na fronti, ali također i na svim bočnim stranicama ambalaže kako bi bio vidljiv nevezano u kojem se položaju nalazila čokolada na polici. Fotografija dominira na ambalaži, prikazana su voća koja su korištena u punjenju čokolade.

U starim primjerima se više usmjeravalo ka fotografiji koja će privući potrošača i namamiti ga ukusnim sadržajem. Dok se sad više gleda na poruku koja se šalje čokoladom. U ovom slučaju to je znak pažnje.



POSTOJEĆI ELEMENTI VIZUALNE KOMUNIKACIJE

Čokolada “Samo ti” na polici stoji vertikalno dok je njen sadržaj prilagođen za horizontalan način korištenja, iako se samom tom “nepravilnošću” može isticati od konkurencije ovdje to nije slučaj. Konkurencija se služi istim načinom apliciranja elemenata vizualne komunikacije. Samim tim je sve bazirano na vertikalnom formatu i svi elementi su tome prilagođeni.



SWOT ANALIZA I ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

SNAGE
- TRADICIJA
- KVALITETA
- JASNA VIZIJA

SLABOSTI
- U OVOM SLUČAJU SE RADI O KRIVOJ PERCEPCIJI POTROŠAČA

PRILIKE
- OTVORENOST GLOBALNOM TRIŠTU
- DOBRA REPUTACIJA

PRIJETNJE
- NOVA KONKURENCIJA

SWOT ANALIZA I ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

SWOT ANALIZA OBRAZLOŽENJE

Snaga tvrtke Zvečevo je u tradiciji i kvaliteti koju nudi. Samo Ti čokolada je u prednosti nad konkurencijom samim tim što je veoma ukusna, a ujedno i jeftina. S druge strane konkurencija je velika u toj niši. Tako da postoji mogućnost da upravo već naredni dan konkurencija na tržište izbaci proizvod koji može nadmašiti sva očekivanja, stoga je nužno konstantno analizirati stanje na tržištu , a ujedno razvijati vlastite proizvodne pogone. Slabost našeg proizvoda može doći u pitanje kada govorimo o globalnoj konkurenciji koja je u današnje vrijeme sve više dostupna potrošačima. Iz tog razloga bitno je modernizirati sadržaj i prilagoditi ga ciljanoj skupini koja je zanemarena, a u ovom slučaju naglasak je na mladoj populaciji.

SWOT ANALIZA I ZAKLJUČAK ISTRAŽIVANJA

Zaključak

Zvečevo je tvrtka koja se može istaknuti svojom kvalitetom i tradicijom. Konstantno ulaže u razvoj strojeva i dizajna kako bi bio u sklopu s modernim vremenom te kako bi bio u rangu s globalnim konkurentima.

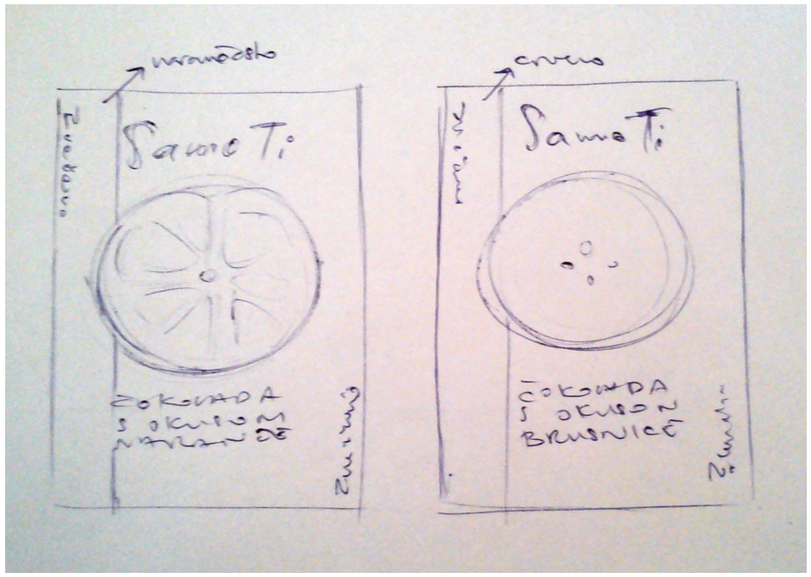
Čokolada "Samo ti" spada pod jeftinije čokolade, dizajn je minimalistički te je sav sadržaj impliciran na bijelu površinu. "Samo ti" se usmjerava na mlađu populaciju. Možemo slobodno reći kako je čokolada "Samo ti" dorasla svojim konkurentima te je Zvečevo uspio stvoriti čokoladu koja mami svojim okusom i cijenom.

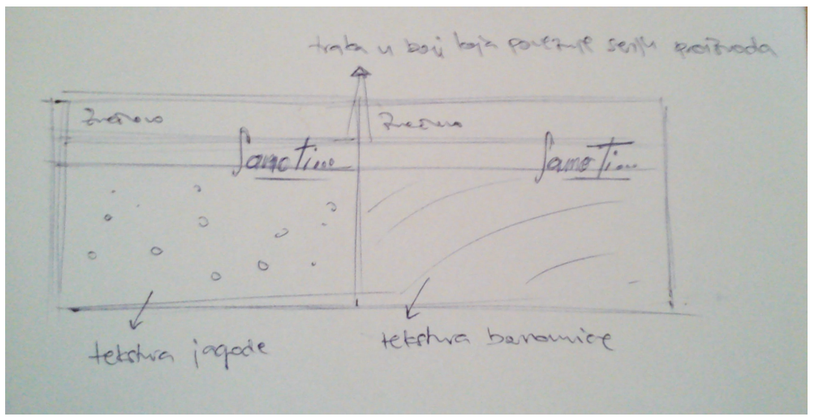
IDEJNA RJEŠENJA I SKICE

Prvotne skice su izgledale kako je prikazano na slikama. Ideja je bila da ambalaža na fronti sadržava logotip: “Samo Ti”, zatim tradicionalni logo tvrtke Zvečevo, a u prvom planu bi bila fotografija voća.

Na donjem primjeru je ideja bila da prevladava makro fotografija voća. U ovom primjeru se nalaze isti elementi, no bili bi raspoređeni na drukčiji način. Bitan detalj bi bila traka u boji na kojoj je apliciran logotip. Traka bi naime spajala spektar ambalaža na polici.

Ove ideje su bitne iz razloga što će se u daljnjoj razradi koristiti motiv voća te boja koja karakterizira svaki proizvod za sebe.

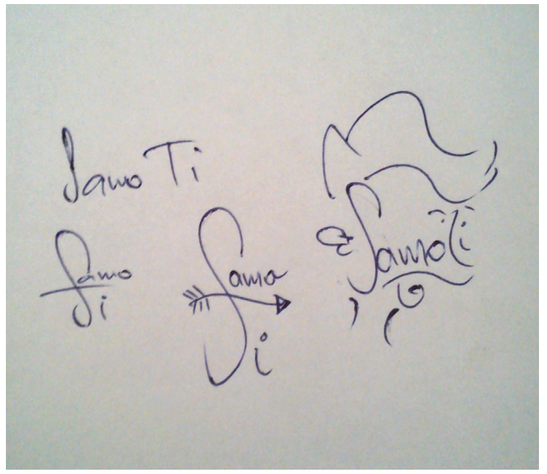




IDEJNA RJEŠENJA I SKICE

Skice tipografskih pristupa zadanom “problemu”. Prvi primjer s desne strane je bitan iz razloga što će biti bitan detalj u daljnjoj razradi samog logotipa te maskote koja je s njim usko povezana.





IDEJNA RJEŠENJA I SKICE

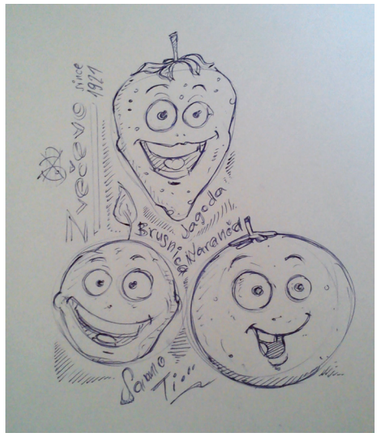
Skice maskote.

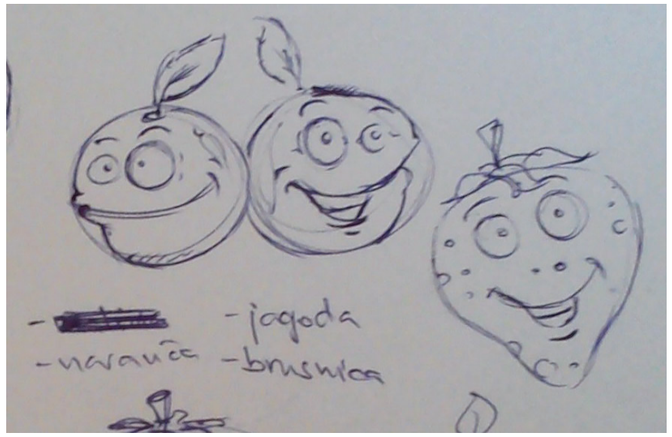
S obzirom da nastojimo usmjeriti čokoladu “Samo ti” mlađoj ciljanoj skupini, ideja je bila stvoriti maskotu koja će na taj način privlačiti sve veći broj upravo te populacije potrošača. U današnjem svijetu društvenih mreža prevladava ogroman broj raznih aplikacija kojima mladi međusobno komuniciraju. Većina njih koristi razne naljepnice (stickerse) za vrijeme komunikacije. Upravo te naljepnice oživljavaju i dodaju poseban čar u komunikaciji preko digitalnih uređaja. Naljepnice su uglavnom moderne, urbane, možemo reći i otkačene. One su bile jedna od vodilja ka stvaranju maskote.

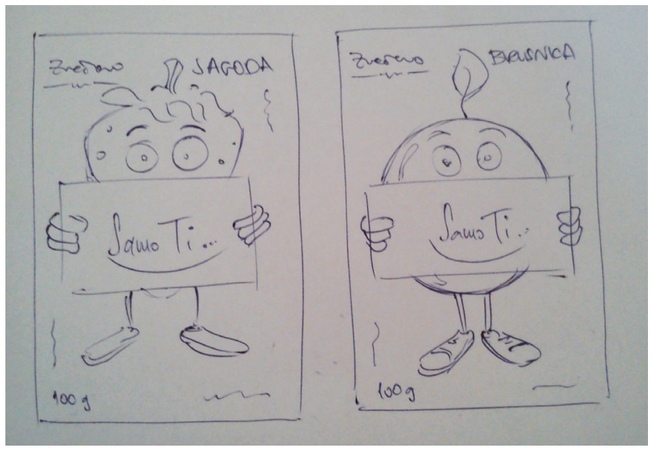


IDEJNA RJEŠENJA I SKICE

Ideja je bila stvoriti likove, riječ je o voćima kojima su punjene čokolade “Samo ti”. Svaki lik bi zasebno bio apliciran na ambalažu. Držao bi poruku na kojoj bi bilo ispisano: “Samo Ti...”, a samim tim bi se prenosila ta poruka onome kome bi bila poklonjena čokolada.







RAZRADA IDEJNIH RIJEŠENJA

Skice su se potom razrađivale u vektorskom obliku. Dodane su boje, a kockica čokolade je dobila svoj karakter.

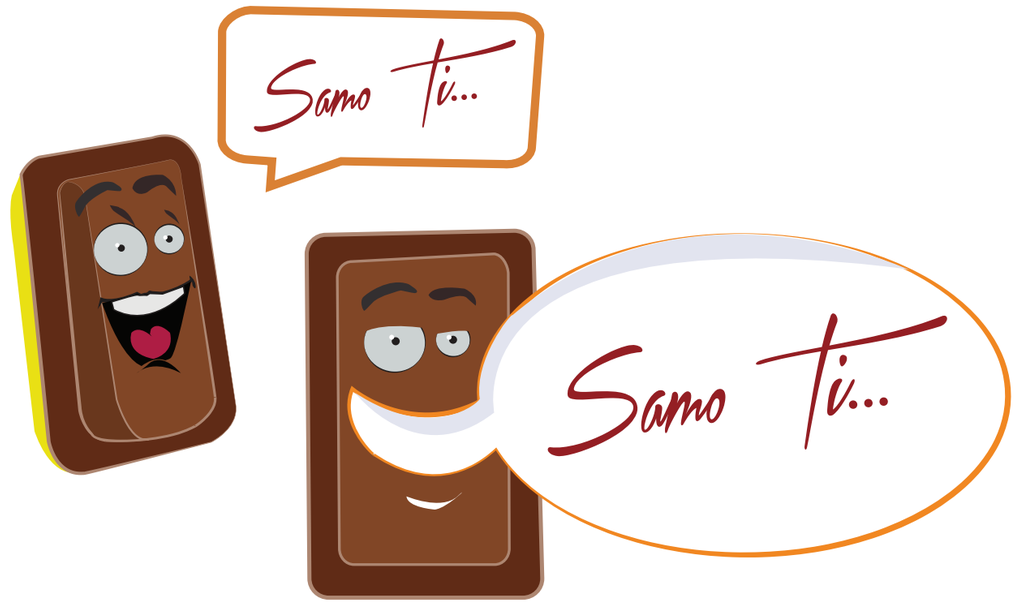
Prva verzija je čokoladica u 3D obliku. Maskota bi na lijevoj strani ilustracije bila označena određenom bojom. Na taj način bi se razlikovali različiti okusi čokolada. Kraj maskote bi bio prikazan “speech bubble” u kojem bi se nalazio logo.

Druga verzija je “flat” čokoladica. A oblačić s tekstom je spojen sa samim smješkom čokoladice. Maskota je nalik na prvu, no ipak s puno drugačijim izrazom lica. Samim tim što je “flat” bolje se uklapa u cjelokupni proces daljnje razrade.

Logotip je ispisan “Xtreem 2 Personal Use” fontom, a pliciran je unutar ovalnog oblačića.

Font: Xtreem 2 Personal Use

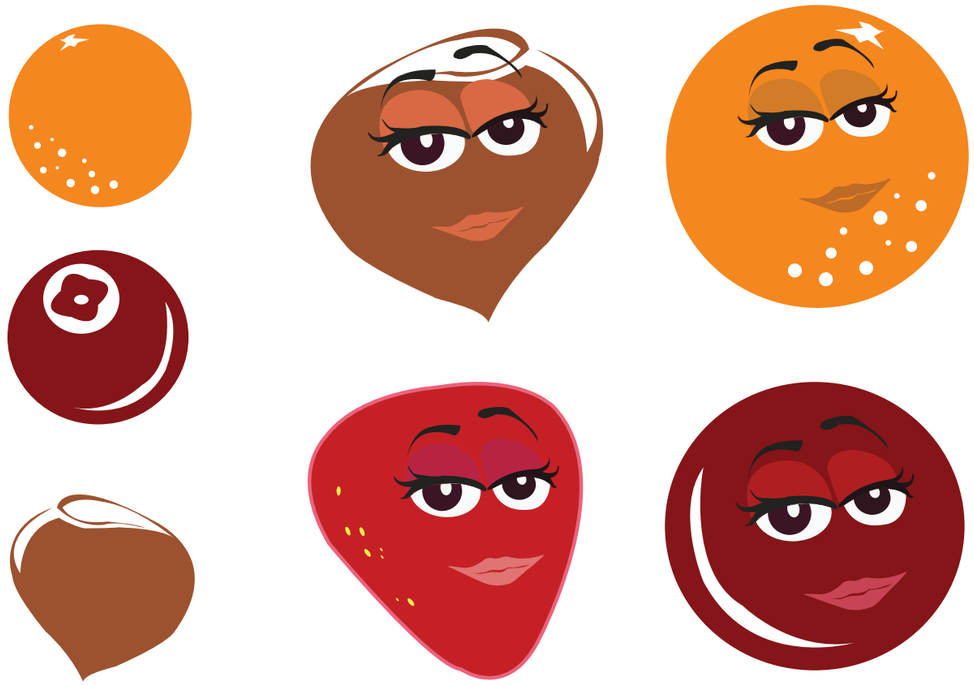
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



Samo Ti...

RAZRADA IDEJNIH RIJEŠENJA

Desno su vidljivi likovi voća. Prvo su nastali stilizirani oblići pojedinog voća,a zatim su ti oblici dobili oči, usta , obrve i na taj način postali voćna maskota čokolade “Samo ti”. Ove maskote su aplicirane zajedno sa maskotom čokoladice tako tvoreći jednu cjelinu.



FINALNA RJEŠENJA

Finalno rješenje se sastoji od sljedežih elemenata ; na fronti (gramatura, logo tvrtke, logo “Samo Ti...”,, opisni tekst proizvoda, maskote; čokoladica i voćna s odgovarajućim okusom). Dodan je element koji je preuzet iz oblačića, a sam element je prilagođen boji svakog okusa.

Zadnjica ambalaže sadržava bar code i ostale ikone koje označavaju da se radi o prehrambenom proizvodu, osim toga se nalazi smanjena maskota sa logotipom, gramatura, rok trajanja, sastojci, tablica sa prosječnim hranjivim vrijednostima.




6 000980 911046 >
Samo Ti...
SAMO TI HR-BIH. Mliječna čokolada s jagoda punjenjem(30%). Sastojci: šećer, **punomasno mlijeko u prahu**, kakaov maslac, glukozni sirup, kakova masa, , biljna masti(palma,shea), **sirutka u prahu**, koncentrirani sok jagoda(0,8%), stabilizator E575, emulgatori; **soja lecitin** i E467, zgušnjivač E440, aroma, regulatori kiselosti: E330 i E331 ; koncervans E202. Mliječna čokolada sadrži: kakaovih dijelova 26% min., mliječnih dijelova 18% min. **Sadrži biljne masti uz kakaov maslac(max.5%).Može sadržavati bademe,lješnjak, kikiriki i gluten.** Proizvodi Zvečevo, prehrambena industrija d.d.Požega, Kralja Zvonimira1, Hrvatska. Uvoznik u Bosni i Hercegovini; Zvečevo-Commerce d.o.o. Sarajevo,Olimpijska b.b. Ekskluzivni distributor za BiH: Podravka d.o.o. Sarajevo, Safeta Zajke269,71000 Bosna i Hercegovina. Tel.+387 33 475 760,Fax. +387 33 475 779,www.podravka.com. Proizvedeno u Hrvatskoj, Uvezeno iz Hrvatske. Zemlja podrijetlaEU(Hrvatska). Čuvati na hladnom i suhom. **SLO** Mlečna čokolada z jagodno polnjenje (30%). Sestavine: sladkor, **polnomastno mleko v prahu**, kakavovo maslo, glukozni sirup, kakova maso, rastlinska maščoba (dlan, karitejevo), **sirotka v prahu**, zgoščeni jagodni sok (0,8%) stabilizatorja E575, emulgatorji; **sojin lecitin** in E467 ; zgoščevalec E440, arome, regulatorji kislosti: E330 in E331 ; E202 konzervans. Mlečna čokolada vsebuje: Kakavovih delov 26% min, 18% komponent mlečni min. **Vsebuje rastlinske maščobe z kakavovega masla (max.5%). Lahko vsebujejo mandlji, lešniki, arašidi in gluten.** Izdelki Zvečevo, hrana industrija d.d.Požega, Kralja Zvonimira1, Hrvaška. Uvoznik v Bosni in Hercegovini: Zvečevo-Commerce Ltd. Sarajevo, Olimpijski bb Ekskluzivni distributor za BiH: Podravka doo Sarajevo, Safet Zajke269,71000 Bosna in Hercegovina. Tel: +387 33 475 760,Fax: +387 33 475 779,www.podravka.com. Izdelano v Sloveniji. Uvožbeno iz Hrvaške. Država podrijetlaEU (Hrvaška). Skrbniki, da se ohladi ifi SuHeth. **MK** Млечно чоколадо со јагода полнење (30%). Состав: шеќер, **полномасното млеко во прав**, какао путер, глеѓозен сируп, какова маса, растителна маст (палмина, ший), **сурутка во прав**, концентриран сок од јагоди(0,8%),стабилизатор E575, емулгатори; **соја лецитин** и E467, згуснувач E440, арома, регулатори на киселост: E330 и E331 ; конзервант E202. Млечна чоколада содржи: најмалку 26% какаови делови, 18% млечни делови. **Содржи растителни масти со какао путер (max.5%). Може да содржи бадеми, лешници, кикирики и глутен.** Производи Zvečevo, industrija d.d.Požega, Kralja Zvonimira1, Hrvatska. Увозник во Босна и Херцеговина: Zvečevo-трговија ООД Сараево, олимписка б.б. Ексклузивен дистрибутер за БиХ: Подравка Ltd. Сараево, Сафет Зајке269,71000 Босна и Херцеговина. Тел: +387 33 475 760,Факс: +387 33 475 779,www.podravka.com. Произведено во Хрватска. Увезени од Хрватска. Земја на потекло EU (Хрватска). Чувајте на ладно и суво. **SRB-MNE** Mlečna čokolada s jagoda punjenjem (30%). Sastojci: šećer, **punomasno mleko u prahu**, kakao maslac, glukozni sirup, kakova masa,, biljna mast (palma, shea), **surutka u prahu**, koncentrisani sok jagoda (0.8%) stabilizator E575, emulgatori ; soja lecitin i E467 ; zgušnjivač E440, aroma, regulatori kiselosti: E330 i E331 ; konzervans E202. Mlečna čokolada sadrži: kakaovih delova 26% min., Mlečnih delova 18% min. Sadrži biljne masti uz kakaov maslac (mak.5%). Može da sadrži bademe, lešnik, kikiriki i gluten. Proizvodi Zvečevo, prehrambena industrij d.d.Požega, Kralja Zvonimira1, Hrvatska. Uvoznik u Bosnu i Hercegovinu: Zvečevo-Commerce d.o.o. , Sarajevo, Olimpijska b.b. Ekskluzivni distributer za BiH: Podravka d.o.o. Sarajevo, Safeta Zajke269,71000 Bosna i Hercegovina. Tel: +387 33 475 760,Fak: +387 33 475 779,vvv.podravka.com. Proizvedeno u Hrvatsko, Uvezeno iz Hrvatske. Zemlja podrijetlaEU (Hrvatska). Čuvati na hladnom i suvom.
Neto količina. Нето количина.
100 g/3.5 oz
Najbolje upotrijebiti do:/Upotrebno najmanj do:/ најдобро пред:/Najbolje upotrebiti do:
12.12.2022.
L634811

Prosječne hranjive vrijednosti/ Povprečne hranilne vrednosti/ Просечна хранлива вредност/ Prosečna nutritivna vrednost	na / bo / за 100g
Energija/Energijska vrednost/ енергетска вредност/ Energetska vrednost	2249 kJ/ 538 kcal
Masti/Maščobe/вештви	30,5 g
od kojih zasićene masne kiseline/ od teh nasičene maščobne kisline/ од кои заситени масни киселини/ od toga zasićene masne kiseline	16,9 g
Ugljikohidrati/Ogljikovi hidrati/ јаглехидрати/ Ogljeni hidrati	60,8 g
od kojih šećeri/ od teh sladkorji/ од кои шеќери/ od toga šećeri	51,5 g
Bjelančevine/Beljakovine/ протеини/ Proteini	4,9 g
Sol/Sol/So	0,2 g

FINALNA RJEŠENJA





FINALNA RJEŠENJA





FINALNA RJEŠENJA

MOCK UP





FINALNA RJEŠENJA

MOCK UP





FINALNA RJEŠENJA

MOCK UP





FINALNA RJEŠENJA



FINALNA RJEŠENJA





FINALNA RJEŠENJA





FINALNA RJEŠENJA





FINALNA RJEŠENJA

MOCK UP





FINALNA RJEŠENJA

MOCK UP





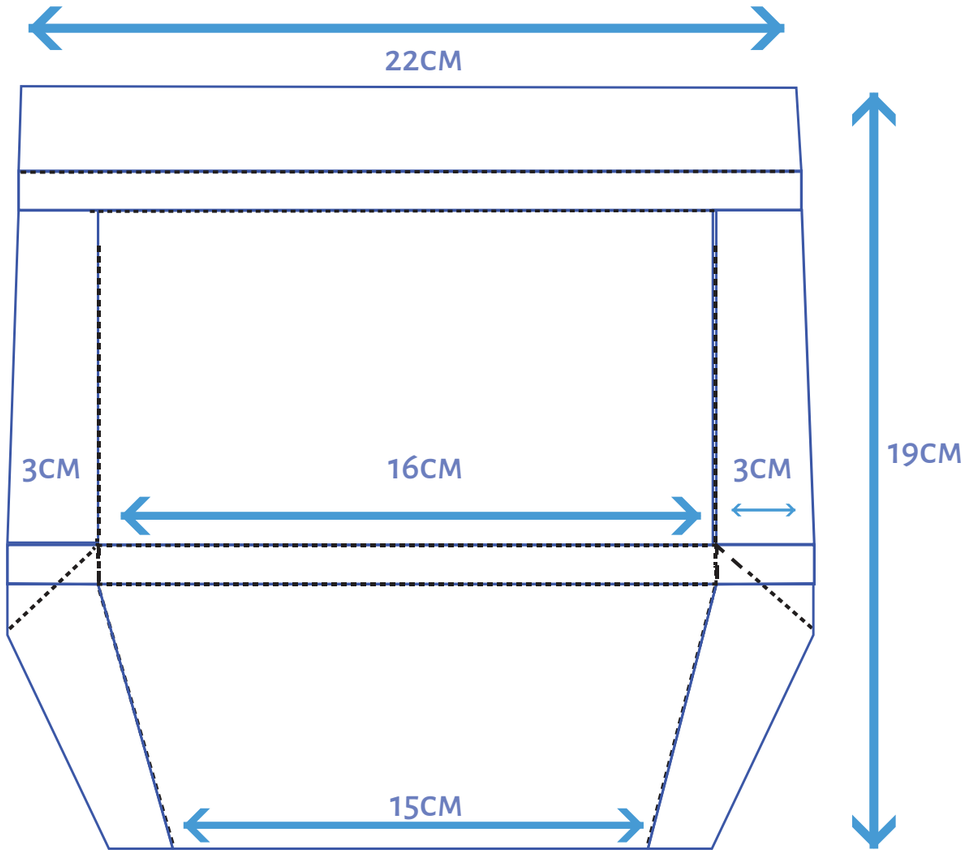
FINALNA RJEŠENJA

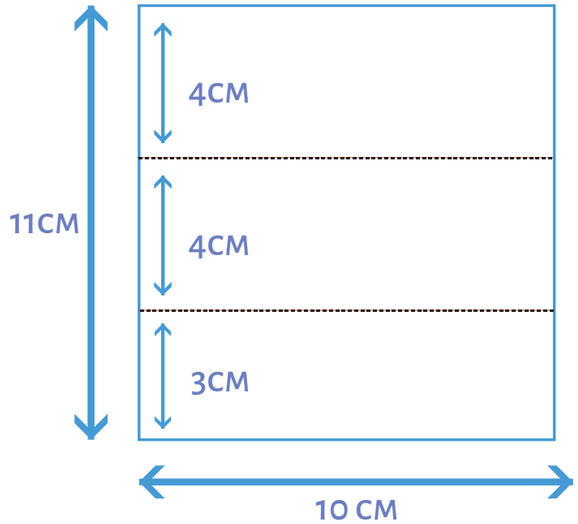
MOCK UP





GRAFIČKI STANDARDI - PLAŠT





TIPOGRAFIJA

Primarna

Font: Alegreya sans sc
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789
!"#$%&'()*+,-./:;<=>?^_`~©

SEKUNDARNA

Font: Alegreya Sans Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789
!"#$%&'()*+,-./:;<=>?^_`~©

Font: Alegreya Sans SC Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789
!"#$%&'()*+,-./:;<=>?^_`~©

BOJA

BOJA NAZIVA TVRTKE

R: 225 C: 5%
G: 30 M: 100%
B: 47 Y: 91%
K: 0%
#E01F2F

OKUSI ČOKOLADA

R: 198 C: 18%
G: 108 M: 66%
B: 40 Y: 100%
K: 5%
#C66C28

R: 187 C: 18%
G: 31 M: 100%
B: 47 Y: 89%
K: 9%
#BB1F2F

BOJA LOGOTIPA

R: 148 C: 26%
G: 30 M: 99%
B: 34 Y: 95%
K: 26%
#941E22

R: 216 C: 8%
G: 31 M:100%
B: 38 Y: 100%
K: 2%
#D81F26

R: 248 C: 0%
G: 152 M: 47%
B: 28 Y: 100%
K: 0%
#F8981C

R: 155 C: 0%
G: 221 M: 10%
B: 0 Y: 98%
K: 0%
#FFDD00

R: 232 C: 3%
G: 71 M: 87%
B: 106 Y: 42%
K: 0%
#E8476A

ZAKLJUČAK

Tradicija i kvaliteta su odlike Zvečeva, a ujedno i njihovog bogatog asortimana čokolada. Iz asortimana izdvajamo čokoladu “Samo ti”.

U starim primjerima čokolade se više usmjeravalo ka fotografiji koja će privući potrošača i namamiti ga ukusnim sadržajem. Dok se sad više gleda na poruku koja se šalje čokoladom. U ovom slučaju to je znak pažnje.

S obzirom da nastojimo usmjeriti čokoladu “Samo ti” mlađoj ciljanoj skupini, ideja je bila stvoriti maskotu koja će na taj način privlačiti sve veći broj upravo te populacije potrošača. U današnjem svijetu društvenih mreža prevladava ogroman broj raznih aplikacija kojima mladi međusobno komuniciraju. Većina njih koristi razne naljepnice (stickerse) za vrijeme komunikacije. Upravo te naljepnice oživljavaju i dodaju poseban čar u komunikaciji preko digitalnih uređaja. Naljepnice su uglavnom moderne, urbane, možemo reći i otkačene. One su bile jedna od vodilja ka stvaranju maskote.

Okus također potvrđuje kvalitetu, a što se vizuala tiče, promijenjen je pristup ciljanoj skupini. Trenutni dizajn više odiše klasičnim minimalističkim pristupom u kojem dominira fotografija koja nas navodi na poduzimanje akcije glede proizvoda. Sam vizual pripada široj ciljanoj skupini, odnosno starijoj populaciji. Redizajn se usmjerava ka mlađoj ciljanoj skupini, a više nije u prvom planu fotografija već ilustrativni prikaz koji šalje poruku, u ovom slučaju emotivnu. Ilustracija u skladu s ostalim elementima tvori redizajn “Samo ti” čokolade.

Finalno rješenje se sastoji od sljedežih elemenata ; na fronti (gramatura, logo tvrtke, logo “Samo Ti...”,, opisni tekst proizvoda, maskote; čokoladica i voćna s odgovarajućim okusom). Dodan je element koji je preuzet iz oblačića, a sam element je prilagođen boji svakog okusa.

Zadnjica ambalaže sadržava bar code i ostale ikone koje označavaju da se radi o prehrambenom proizvodu, osim toga se nalazi smanjena maskota sa logotipom, gramatura, rok trajanja, sastojci, tablica sa prosječnim hranjivim vrijednostima.

Čokoladni proizvodi su svugdje prisutni. U današnje vrijeme postoji enorman broj raznih tvrtki koje se bave proizvodnjom čokolada. Samim tim je konkurentnost velika, a bitni konkurentski proizvodi su redom: Milka, Dorina, SchneeKoppe. Konkurencija misli isto ili vrlo slično glede misije i vizije. Svi žele zadovoljiti svoje potrošače i pružiti im sretniji život. Svi se baziraju na kvalitetu proizvoda i na njegov dobar okus. Stoga je bitno pratiti konkurenciju i promjene na tržištu, prilagoditi se i djelovati.

LITERATURA

Calver, Giles. What is Packaging Design, Rotovision. 2007.

Mattos, Evelio. Packaging and dielines; The designer's book of packaging dielines. 2014.

Will Burke, Lisa Baer,James Pietruszynski. The Big Book of Packaging. 2011.

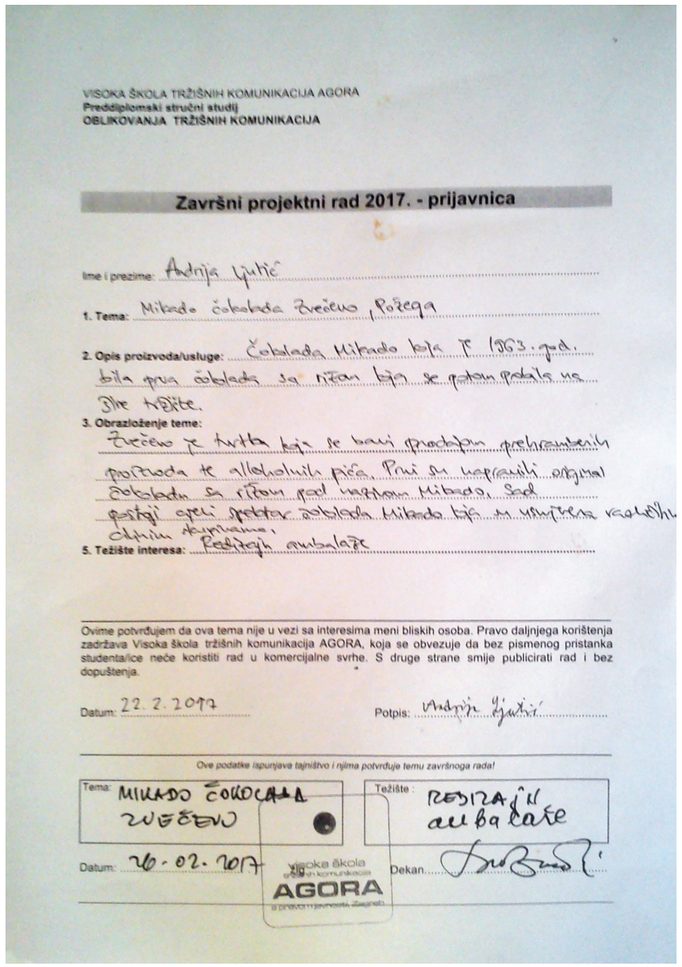
http://www.zvecevo.hr/

http://blog.hrvojemihajlic.com/mikado-prva-cokolada-s-rizom-u-svijetu

http://planb.tportal.hr/teme/97332/cokolada-Zvecevo.html#.WLdAcWQ19dj

http://www.kras.hr/hr/katalog/kategorija-1-cokolade/proizvod-3-dorina

PRIJAVNICA



VISOKA ŠKOLA TRŽIŠNIH KOMUNIKACIJA AGORA
Preddiplomski stručni studij
OBLIKOVANJA TRŽIŠNIH KOMUNIKACIJA

Završni projektni rad 2017. - prijavnica

Ime i prezime: Andrija Ljutić

1. Tema: Mikado čokolada Zvečevo Požega

2. Opis proizvoda/usluge: Čokolada Mikado bila je 1963. god. bila prva čokolada sa ritam bijeg se potom pokrila na bijelo tržište.

3. Obrazloženje teme:
Zvečevo je tvrtka koja se bavi proizvodnjom prehrambenih proizvoda te alkoholnih pića. Prvi su započeli proizvodnju čokolade sa ritam pod nazivom Mikado, sad postoji cijeli spektar čokolada Mikado bijeli, tamni, crni, mliječni, dvostruki.

5. Težište interesa: Redizajn ambalaže

Ovime potvrđujem da ova tema nije u vezi sa interesima meni bliskih osoba. Pravo daljnjega korištenja zadržava Visoka škola tržišnih komunikacija AGORA, koja se obvezuje da bez pismenog pristanka studenta/ice neće koristiti rad u komercijalne svrhe. S druge strane smije publicirati rad i bez dopuštenja.

Datum: 22.2.2017 Potpis: Andrija Ljutić

Ove podatke ispunjava tajništvo i njima potvrđuje temu završnoga rada!

Tema: MIKADO ČOKOLADA ZVEČEVO

Težište: REDIZAJN AMBALAŽE

Datum: 26.02.2017 Visoka škola tržišnih komunikacija AGORA u Zagrebu Dekan