



RESEARCH:

Beskrivelse af Koncept:

Mit koncept er at jeg vil lave et te mærk hvor teen og emballagen er bæredygtigt samt at tebrevet kan opløses i teen så man slipper for at smide det ud og dermed er mere miljøvenlige.

PROBLEMFORMULERING:

Hvordan kan jeg designe mit brand til målgruppen på bedste måde?

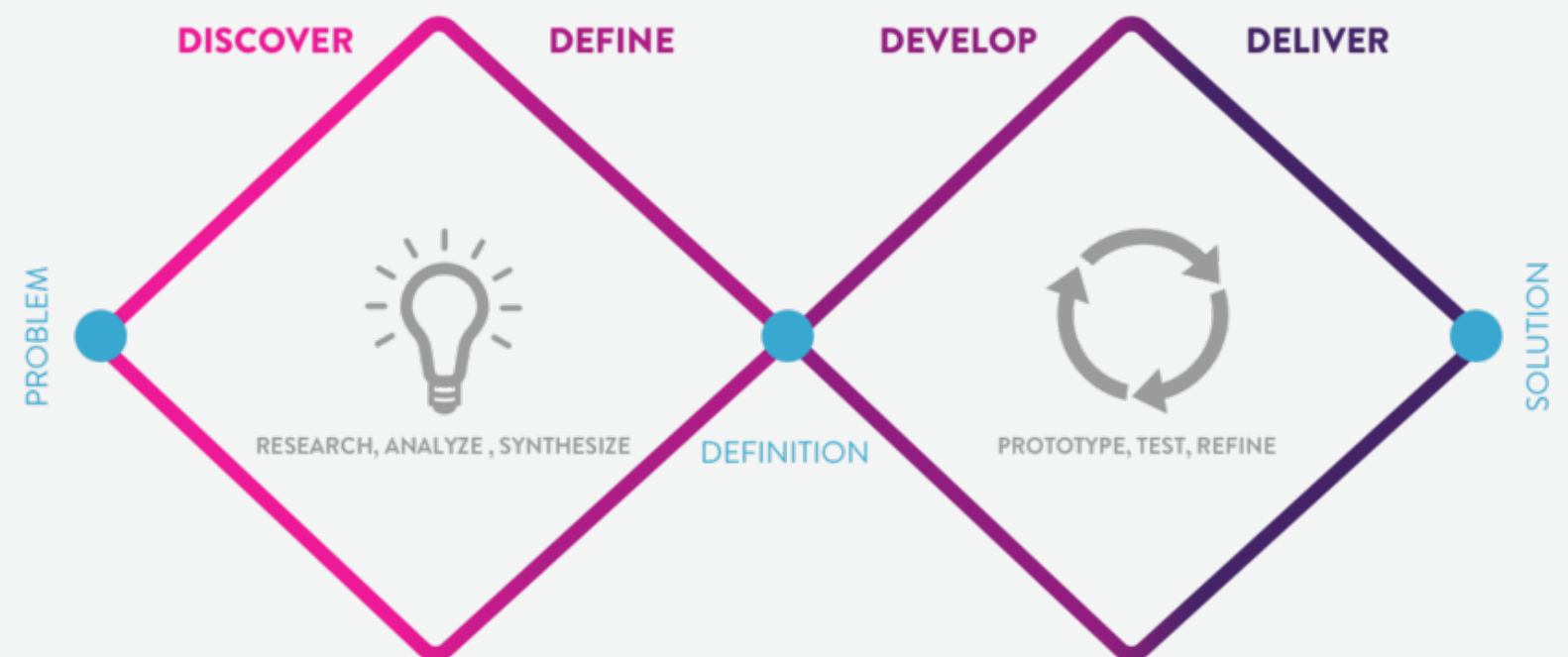
Hvordan kan jeg ramme min målgruppe bedst med fonte farver osv.

Hvordan kan mit design stå ud fra andre te brands?

Hvordan kan jeg reklamere bedst med mit koncept?

DESIGN METODE:

Til hele min process bruger jeg Double Diamond metoden.



MÅLGRUPPE OG SEGMENTER:

Om Målgruppen:

Da mål gruppen, der drikker te er rigtig stor vælger jeg at fokusere på to store segmenter.

MARKED [DEM DER DRIKKER TE]

KLIMA BEVISTE

Unge folk der drikke te fordi det er hyggeligt gå meget op i billige pris og brugervenlighed samt kilmattet.

Facts;

27% drikker te dagligt eller næsten dagligt - flest kvinder
Den gennemsnitlige te-drikker drikker max. 2 kopper om dagen
20% drikker tre eller flere kopper dagligt
15,2% af danskerne drikker aldrig te.
Ca. 70% drikker både te og kaffe
80% af dem der aldrig drikker te, har alligevel te i hjemmet
Kun 5,3% har aldrig te i deres hjem

Kilde: Tetid.dk og danskstatisk

FAMILE MOREN

Kvinder på 35-50 år med børn, som er bedvist om kvalitet men til en god pris



MAJA KNUDSEN

Infomation:

Alder: 25 år
Bopæl; Jægerspris
Uddannelse/Job: student på hxx og arbejder i matas
Indtekt: SU udbodede og mindste løn.
Status: Single

Hobbier

- Fotografi
- Læser
- Skriver
- At hygge med venner

Kan ikke lige

- At være stressde
- at ting er besværlige
- at bruge for mange penge
- Miljø snvinerig



JANE SØRENSEN

Infomation:

Alder: 35 år
Bopæl; København
Uddannelse/Job: Lære
Indtekt: Lære løn.
Status: Gift og har to børn

Hobbier

- Hygge med familien
- Læser
- Gå turer
- At hygge med venner

Kan ikke lige

- At være stressde
- at ting er besværlige
- at bruge for mange penge
- Miljø snvinerig

NABC:

Need - Behov

Hvad er det væsentlige behov hos brugeren?

At brugen kan købe et te brand, som er miljøvenligt, bæredygtig billigt, brugervenlig og ikke mindst godt kvalitet.

Approach - tilgang

Forklar hvordan dit produkt kan tilfredsstille behovet?

Mit te emballage skal være lavet af genbrugs pap og der med bliver mere bæredygtig og miljø venligt, min te pøse skal også kunne opløses i teen der med undgår vi mere papiers spild

Competition - konkurrenter

Beskriv hvilke konkurrenter eller andre alternativer som kan tilfredsstille behovet

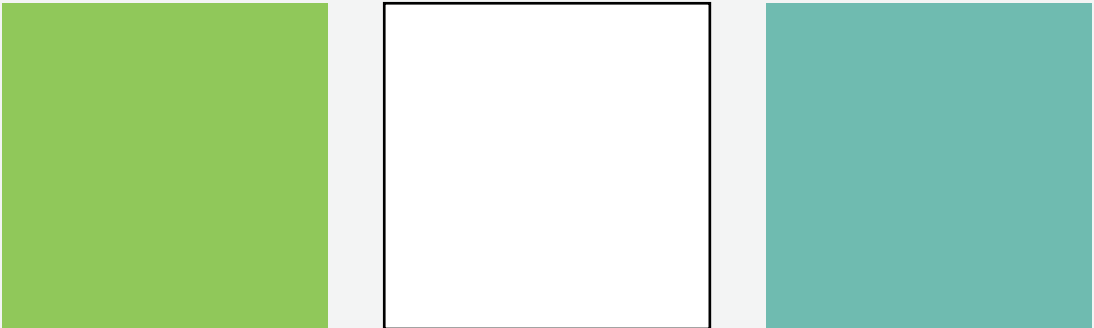
Min konkurrenter er Pickveck og Lipton, men kun Pickveck er bæredygtig ud af de to.

Benefits - fordele

Hvordan får brugeren gavn af produktet/ideen?

Ved at vælge mit produkt ville kunderne kunne droppe besværet ved en te pose fyldt skældespand, og samtidige skåner miljøet og til sammen pris som de andre

INSPIRATION:



GREEN LEAF

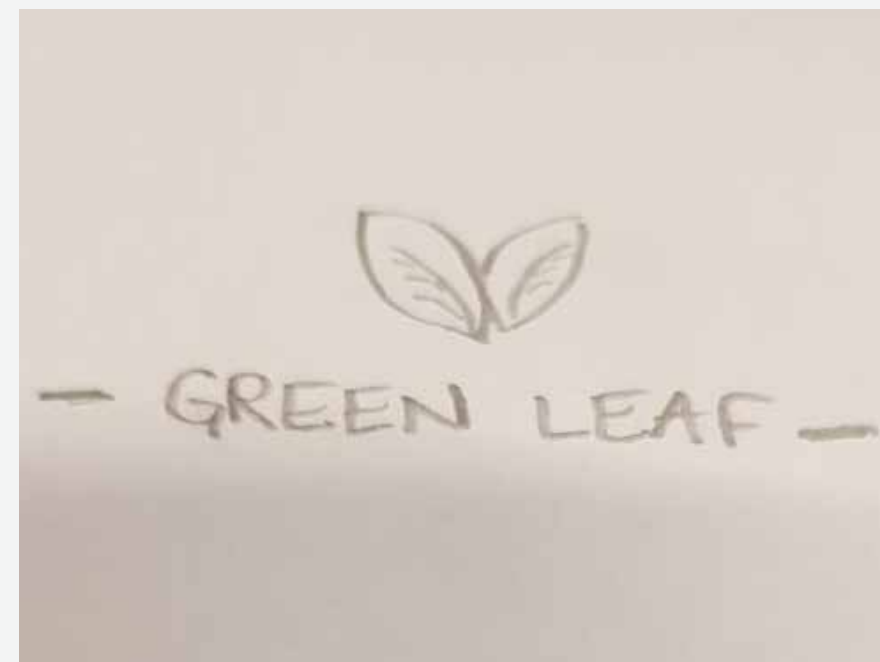
Green leaf

Green leaf

Green leaf



LOGO SKITSER:



LOGO AFPRØVNINGER:



— GREEN LEAF —



GREEN LEAF



GREEN LEAF



GREEN LEAF



— GREEN LEAF —



— GREEN LEAF —



— *GREEN LEAF* —



— GREEN LEAF —

DESIGN:



— GREEN LEAF — — GREEN LEAF —



— GREEN LEAF —

— GREEN LEAF —



Logo guide:

Green Leaf logoet må brugs i 3 farve sort, hvid og lysgrøn med sort tekst. I forhold til størrelse må logoet brugs i alle størrelser, men når det bliver ca 18x18 mm skal man bare bruge bomærket (bladene).

Hvis hele logo (det grønne) skal bruges på andre baggrunde end hvid skal der være en hvid kasse bagved.

Logoet have mindste en stregs clear space —

Tekst på emballagen:

på informationer så some holdbarheds dato mm skal skrives med century gothic pt 11 i sort eller hvid og placeres på bagsiden ved siden af streg koden ellers skal de andre tekster beholdes ens på alle emballerne. det er kun til at skift farven på teksten til sort, hvis nødvendigt.



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 225 G: 225 B: 225
#ffffff



— GREEN LEAF —

C: 100 M: 100 Y: 100 K: 172
R: 0 G: 0 B: 0
#000000

C: 48 M: 0 Y: 85 K: 0
R: 144 G: 200 B: 90
#90c85a

Fave:

Green Leaf logoets blade har en lys grøn farve. Jeg valgte netop denne farve, fordi min største konkurrent Pickveck bruge en meget mørk grøn farve.

Den lyse farve er også mere frisk, hyggelig og naturlig, samt forbindes den grønne farve oftes med naturlig, god kvalitet, men stadigvæk god pris, hvilket min målgruppe går meget op i.

Font:

Til fonten til min logo ville jeg gerne have en lidt femini font, da en stor del af min målgruppe er kvinder, jeg ville også gerne have en simple font så mærket ikke så for dyrt ud.

Jeg ville endelig gerne havde valgt fonten parpyrus eller en script font, men da min målgruppe oftest har travlt og meget fart på blev de alt for svære at læse. Jeg valgt derfor at gå med sans Serif fonten Century Gothic, da den er simple og nem og læse i alle former, og der ud over er den billig at trykke, så det er et plus.

Grafik:

Blad grafikken på logoet er bare to simple teblad. Jeg huskede på at skulle være meget simple og genkendligt lige meget størrelse.

Century Gothic - Sans serif - Geometric - Ink saver -

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
123456789.,

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå
123456789.,





Fave:

Min plan for emballagen er at der skal være forskellige farver til hver te smag fx. to forskellige nyancer af lysblå/ turkis til mint teen, forskellige nyancer af rød til jordbær teen osv. på denne måde skaber jeg en rød tråd gennem de forskellige smage og gøre det mere overskueligt for målgruppen, samt adskilder mig fra andre brands.

Billede stil:

Til min emballage har jeg valgt at bruge et billede af te smag så som et billede af mint med et hue af den farve som emballagen ny har.

Reklame:

Da mine konkuranter, er ret store og velkendte kunne det være en ide at laver annoncer bla. på facebook, da min målgruppe (kvinder 25-45år) tjekker facebook mere en 2 gange dagligt

