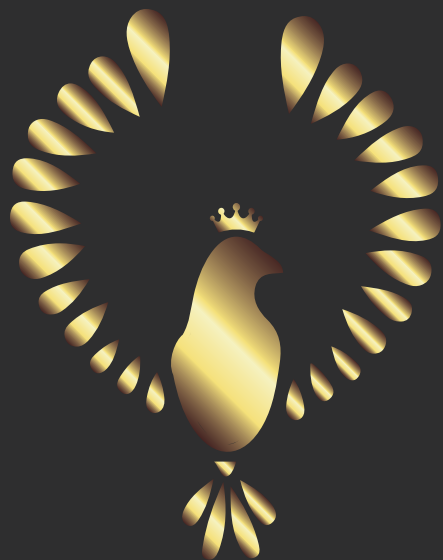




GETSPIRITS DISTILLERY

KOMUNIKATION DOKUMENT



OM KUNDEN:

GetSpirits Distillery er et lille destilleri ejet af Carlos og Ingelise.

De producere primært god kvalitets rom, men også gin og snaps. De har været i gang i cirka to år. De har selv designet deres labels og logoet er blevet designet i en logo konkurrence.

De fortæller at de er en af de eneste "rigtig" danske rom producenter med god kvalitets rom. Da vi var derude fortalt de at deres målgruppe er primært mand når det kommer til rom og kvinder når det kommer til gin. Lige nu er det de sælge mest af et event, som hedder "rom skole" det er et event, hvor folk kan betale for at komme ind og være med til at brygge deres enge flask rom.

Kundens ønsker:

Lige nu er målet for Carlos og Ingelise at kunne leve af deres forretning, samt at dele deres kærlighed for rom med andre "rom nørder". Carlos og Ingelise ønsker at når ud til målgruppen "rom nørder" det vil sige vil folk der går op i rom og kender meget til rom og dens kvalitet.

På nuværende tidspunkt er Getspirits ude i forhandlere rundt omkring i hele danmark, men det vil de gerne væk fra det, da forhandlerne/leverandørerne tager 40%. Derfor vil de gerne have mere gang i deres webshop på deres hjemmeside så slagene primært gøres der. De er også gode til at bruge facebook. Deres emballage har de selv designet. De ønsker dog at gå væk fra kasser og over til rør emballage.



NUVÆRENDE LOOK:

Logo:

Getspirits logoet er lavet i en logo konkurrence. det vil udstråle med deres logo. Deres logo indeholder en fugl med en krone på som skal symbolisere den gode ånd og kvalitet i deres rom. Logoet kan bruges på to måder, som stemple eller som fuldt logo. det kan også bruges i farverne sort, grå hvid og guld. Jeg regner ikke med lave om på deres logo, da det er meget tilfreds med det og det fungerer til målgruppen.

Label og indpakning:

Deres labels er meget ringe sat op så dem vil jeg prøve at gøre lidt lækrere måske med nogle andre fonte. jeg kan ikke helt fange om de vil havde dem på engelsk eller dansk, fordi der er begge dele. Skal lige finde ud af, hvad mening er med det. De gå meget op i, hvad der er i deres rom og at den er dansk produceret (ud over bagsiden). Det synes jeg ikke rigtig lægger meget fokus på. Så det vil jeg gerne lave om på. I forhold til deres emballage vil jeg gerne prøve at lave evt et design til den cylinder de ønsker (hvis muligt).

Hjemmeside:

Deres hjemmeside trænger også til redesign den er meget rodet og uoverskuelig og igen lægger ikke vægt på/ stemmer overens med deres værdier fællesskab, håndværk, familiehygge, Nationalisme (går meget op i at det er dansk).



Kunder:

Kunders kommentarer til GetSpirits

Kasse

- Ringe
- Lav kvalitet, ikke interessant
- Ikke i en pricerange på 400-500kr.

Flaske

- Glimrende
- Solid, tung (vægt giver udtryk af højere kvalitet)
- Kan lide lablen. Simpelt design, personligt
- Gør flasken "speciel" da det er håndlavet med en masse info

Førstehandsindtryk

- Skuffende at åbne. Proppen føles "flimsy," hvor alt andet føles som noget ganske særligt

Smag

- Meget tør, kompleks, kraftig, skarp finish, usædvanlig, hviskey-spor er kraftigt



GETSPIRITS NUVÆRENDE LOOK



KONKURRENTER ROM



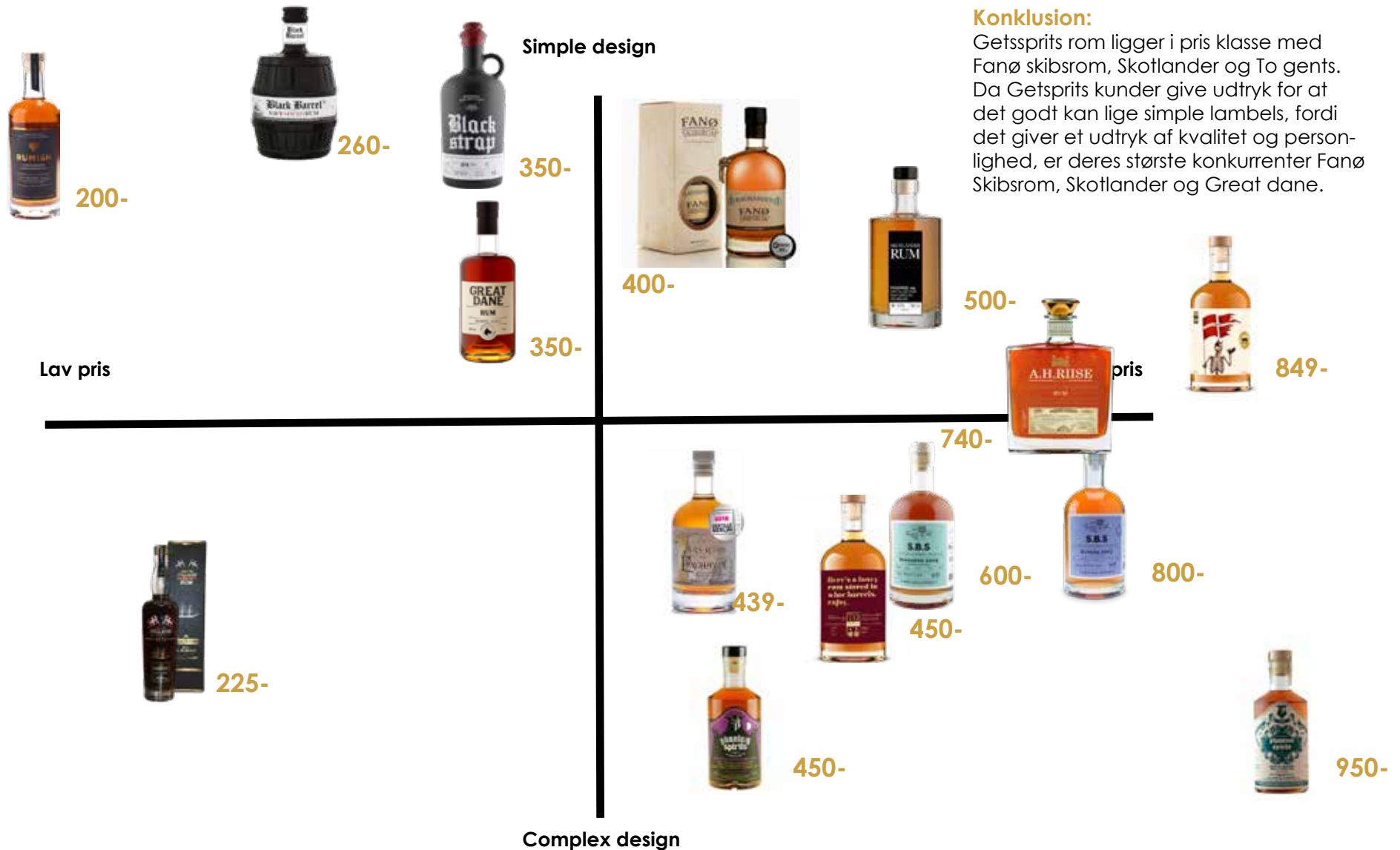
Konkurrenter:

- Skotlander
- To gents
- SBS Rom
- Rumish
- Phantom spirits
- A.H.Riise
- Fanø Skibsrom
- Enghaven

Temaer:

- Historie
- Dannebrog
- Søfart
- Pirat
- Sjøv flasker
- Fancy flasker

KONKURRENT ROM KOMPAS



KONKURRENTER SPIRITUS SAMMEN PRISKLASSE



MÅLGRUPPE:

Nuværende målgruppe:

Jeg ved at Getsprits nuværende kunder er primært mænd i alderen 27-50 år ved at kigge på medlem af deres facebookside er det typen som elsker rom og drikken den for at slappe af/ forklæde sig selv, når de er sammen med gutterne eller ved særlige lejligheder.

Ønskede målgruppe:

Getsprits ønsker at få fat i "Rom nørderne" og udfra det youtube videoer og anmelder jeg har set er der følgende kritik af Getsprits udseende

Kasse

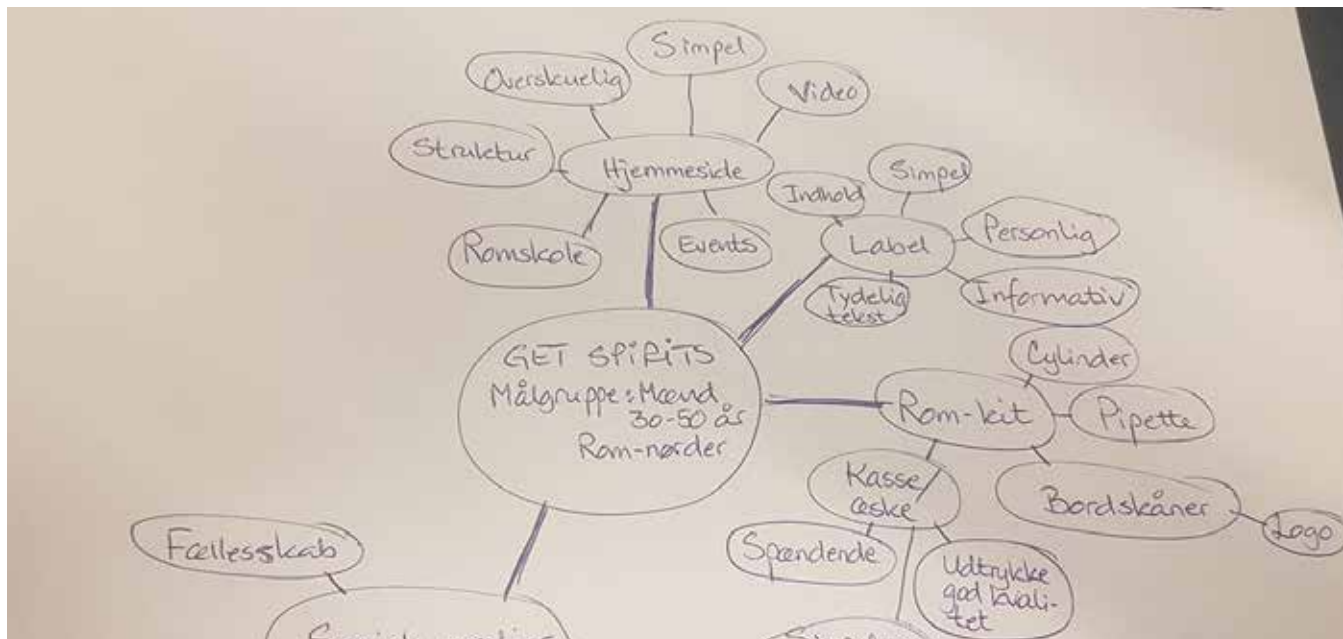
- Ringe
- Lav kvalitet, ikke interessant
- Ikke i en pricerange på 400-500kr.

Flaske

- Glimrende
- Solid, tung (vægt giver udtryk af højere kvalitet)
- Kan lide lablen. Simpelt design, personligt
- Gør flasken "speciel" da det er håndlavet med en masse info

Førstehandsindtryk

- Skuffende at åbne. Proppen føles "flimsy," hvor alt andet føles som noget ganske særligt



MARKETING STRATEGI:

Hjemmeside:

Jeg vil redesign hjemmesiden. den skal gøres responsive så målgruppe kan have adgang til den alle steder, Mobil, Ipad osv. Hjemmesiden skal også gøres mere overskuelig fx. at adskille events og shoppen, samt have et post nummer søg felt i forhandler, og en fungerende Google Maps.

Designet skal være simple og overskueligt, men samtide udstråle Getsprits værdier fællesskab, god kvalitet, og åbenhed om process og indhold, fordi det kan målgruppen lig.

Emballage:

Emballage skal også redesignes. Den skal gøres mere lækere og mere interessant, samt udstålede mere kvalitet. Jeg vil gerne prøve at lave emballage til et "rom kit", det vil sige at kunden kan købe en rom hvor der medfølger en glas pippet til, at komme vand i rommen, samt et glas underlag evt. Emballagen kan tage form ved hjælp af en cylinder.

Ny label:

Min plan for label er også at ændre den. den skal stadigvæk være simple, men jeg vil gerne have information fra den bageste label om på forsiden fordi det er det som målgruppen går op i og kan lig, samt det er Getsprits kan udskæle sig på.

Social Medier:

Getsprits er allerede gode til at bruge det medie deres målgruppe er på det vil sige Facebook, de har allerede en side og fangruppe, men måske brugte man havde et posting skema.

Getsprits har også haft facebook annoncer så sent som i dag (23/10/19) uploadede de en video annonce for deres rom skole der faktisk fungerer og giver det der budskab om kvalitet og fællesskab.

En ide kunne være at inddrage Kunderne/fællesskabet lidt mere ved at fx. Jeg ved at en fangruppe har fundet på et koncept der hedder "bottle kill", hvor det tager billeder af deres tomme flasker når de er drukket. det kunne Getsprits bruge til deres fordel, ved at fx at uploade deres eget bottle kill på Facebook på den måde så signalerer de at de er en del af fællesskabet, hvilket er attraktivt for målgruppen.

De kunne også lave en slags taktik, hvor de for eksempel siger "kom ind og vis os et billede af dit bottle kill og få x % rabat"

Produkter:

- Hjemmeside design (Mockup)
- Label
- emballage
- Video

Teamer/Værdier:

- Danskhed
- Kvalitet
- Fællesskab
- Personlighed



EMBALLAGE/LABEL INSPIRATION



EMBALLAGE



SE MOCKUPS PÅ NÆSTE SIDE.

Problem med gammel emballage:

GetSpirits gammel emballage var ifølge kunderne ikke særlig interessant og ser billige ud i forhold til prisen.

Nye emballage:

Den nye emballage skal være et sort paprør på ca. 10 x 19 cm. Fordi det var en af deres ønsker, men også fordi det er anderledes fra andre rom. Designet skal være mere overskueligt og simpelt så det ikke forvirrer for meget med samtidig har nogle personlige elementer, da det er en af de ting der virker for GetSpirits, og virker til at være en af deres store værdier.

Logoet er guld folie (har prøvet at illustrere det via gradient). Da det vil udstråle mere kvalitet og være en interessant kontrast til det sorte paprør. Jeg har også taget bag labelen med alt informationen og placeret den første på emballage, da det er en af de ting, der kan udskille GetSpirits fra andre og få fat i alle "rom nørder". Jeg har også placeret et rødt stempel, hvor der står "håndlavet dansk rom" lige over information for at gøre det mere personligt og give en følelse af det har virkelig lagt arbejde i og fået "godkendelse stempelt".

Låget:

På låget skal der være et stempel af deres logo i guld folie. Låget gøre ned til den røde så det skulle jeg havde i tankerne når jeg designede emballagen.

Bordskåner:

I emballagen skal der medfølge bordskåner med GetSpirits logo på i guld eller sølv på denne måde få kunder noget det kan bruge og genanvende også når de måske drikker konkurrenters rom,

EMBALLAGE



LABEL



Destillret:	Tappet:
Fadestørrelse L:	Flaske nr./antal:
Batch:	Tilsat sukker gr/L:



Destillret:	Tappet:
Fadestørrelse L:	Flaske nr./antal:
Batch:	Tilsat sukker gr/L:

Problem med gammel Label:

Deres labels er meget ringe sat op så dem vil jeg prøve at gøre lidt lækrere måske med nogle andre fonte. jeg kan ikke helt fange om de vil havde dem på engelsk eller dansk, fordi der er begge dele. Skal lige finde ud af, hvad mening er med det. De gå meget op i, hvad der er i deres rom og at den er dansk produceret (ud over bagsiden).

Ny label:

Som på emballage har jeg fået informationerne om på forside. Her skal der også bruges guld og sløv til rom labels. til andre labels kunne man evt bruge andre farver, men samme layout/obygning som vist på Gin label, på den måde kan man nemmere skabe en røde tråd.

Jeg har valgt at bruge fonten Alegreya, da denne font minder meget om den gammel font og har et meget stillet udtryk, men er nemmere at læse. Alegreya har også mange forskellige varianter så de ikke skal bruge forskellige fonte. men kan bruge en anden variant hvis de ønsker.

SE MOCKUPS PÅ NÆSTE SIDE.



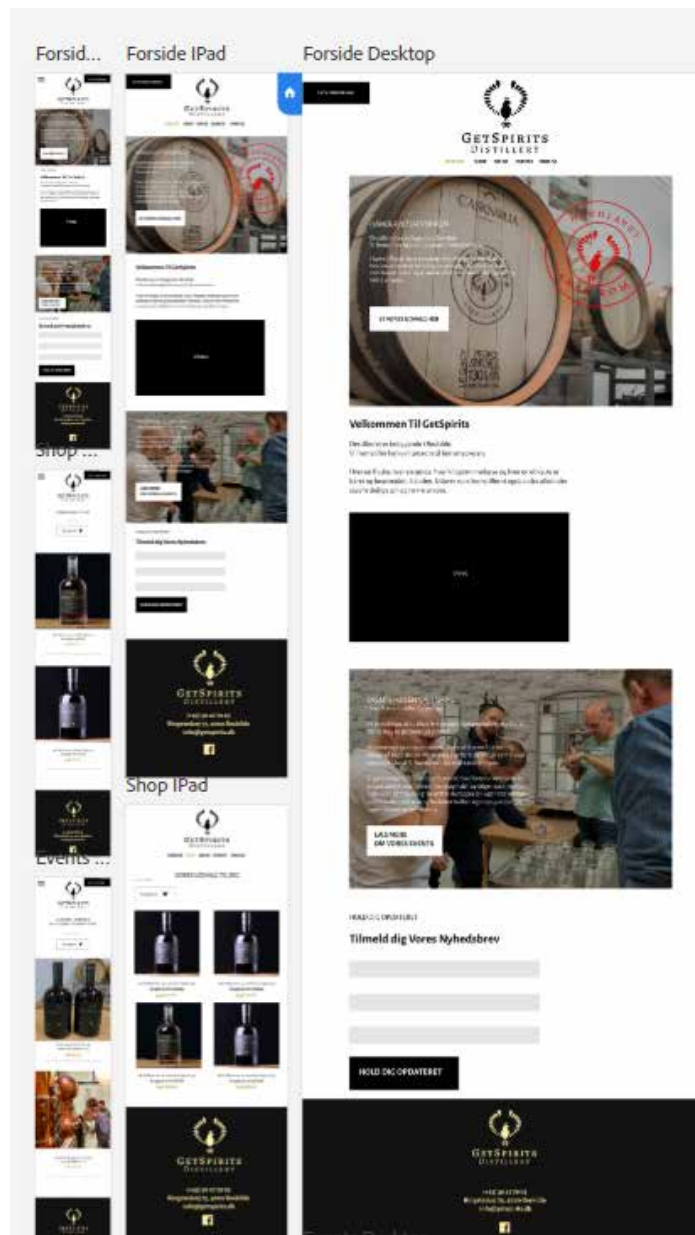
Dansk produceret gin med dansk Bhut Orange Cph
chillies, arabiske anis og cneber.
Chillierne kommer direkte fra producenten.
Børne håndlavet www.burner.dk

500 ML
ALK 45.2% VOL

LABEL



WEBSITE



Problem med gammel website:

Deres hjemmeside trænger også til redesign den er meget rodet og uoverskuelig og igen lægger ikke vægt på/stemmer overens med deres værdier fællesskab, håndværk, familiehygge, Nationalisme (går meget op i at det er dansk). Billederne er heller ikke særlige gode, og så er siden ikke responsive, og det skal den være.

Redesign:

Jeg har prøvet at gøre hjemmesiden mere struktureret ved at ikke at have så mange under side. jeg har også adskilt produkter og events, da det være meget overskueligt før. Hjemmesiden er nu også responsive.

Nogle af farverne og elementerne fra emballagen er også blevet genbrugt (stemple og farver) for at have en rød tråde. Fonten jeg bruger er Alegreya Sans jeg bruger denne font fordi den er nem og læse, og det er en google font så den er gratis, samt jeg brugte Alegreya til emballagen. Til header billederne på væg side har jeg lagt et sort overlay på Billeder så den hvid tekst bliver nemmere og læse.

På hjemmesiden inkluderet jeg om os side, hvor der står lidt om hvad getsspirits laver, samt en video, som jeg vil komme ind på senere, og et link til deres Facebook side, fordi det bruger de rigtig meget, og det er også den bedste måde at nå deres målgruppe på.

Jeg har ikke taget forhandler siden med fordi Getspirits ønskede at komme væk fra forhandlerne, men hvis en forhandlerside skulle laves, ville jeg lave en section, hvor man kunne taste sit postnummer en og du ville få forhandlere i nærheden af dig. Så det ikke bliver en lang uoverskuelig liste.

Find os siden skal også linke til deres location side på google. Som jeg ville anbefalle det for lavet så man, kan komme frem til deres lokation, nummer og email nemmere. deres kontakt info, stå også i footeren.

Sproget brugt på hjemmesiden er meget personlige men stadigvæk informativt, som udståler at det ved, hvad det laver (god kvali og dansk), men det har stadigvæk personlighed og fællesskab.

Link til mockup:

https://xd.adobe.com/view/3952edee-4398-46c0-4a44-d498992bbe9c-4f63/grid?fbclid=I-wAR0MMAXTuFNGUdFAIKV_IH_bfr_jHzXhAB0-vEN-QM-5nML-7vKFikqR3SXs

VIDEO



Video effekt:

Jeg har lavet en video til Getsspirit der exporteret til at kunne fungere på Facebook, Youtube samt deres hjemmeside. Video skal give en hyggelig, troværdig følelse. Video omhandler hvad der gør Getspirits special, fordi det var det målgruppen godt kunne li, at det var så åbene om tilsat sukker mm, og at rommen, er lavet i Danmark.

Videoen give også et godt indblik i Getspirits ånd og personlighed.

Se video i afleverings mappe