

МОЈО

САСАО

Книга о том, что такое МОЈО и как его найти в самом себе.

СОДЕРЖАНИЕ:

| ПЛАТФОРМА БРЕНДА

1. О БРЕНДЕ

- Для чего бренд?.....5
- Что такое "МОЈО"?.....6
- Почему "МОЈО"?.....7
- История бренда.....8
- Бренд сегодня.....9
- Видение бренда.....10
- Целевая аудитория.....16
- Сегментация.....17
- Инсайт потребителя.....22

2. ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

- Позиционирование.....24
- Миссия.....25
- Слоган.....26
- Ценности.....27
- Пирамида бренда.....28

3. ХАРАКТЕР

- Характер.....30
- Tone of voice.....31
- Определение архетипа.....33
- Архетип.....34

4. ПРАВИЛА БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ

- Правила бренд-коммуникации.....38

|| ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

- Логотип.....44
- Вариации логотипа.....45
- Фирменные цвета.....47
- Размерная сетка.....48
- Фирменные шрифты.....49
- Правила использования.....50
- Константы.....52

MoJo

ДАРИТ НАСЛАЖДЕНИЕ КАЖДОМУ И ПОМОГАЕТ БЫСТРЕЕ
ОПРЕДЕЛИТЬСЯ С ВЫБОРОМ НА ПОЛКАХ МАГАЗИНА.

В нашем мире каждый человек сталкивается с определенными проблемами во время выбора шоколада. Одни считают, что шоколад - это калорийно и совсем не полезно. Другие думают - шоколад навредит здоровью, т.к. в составе есть компоненты, непереносимые человеком.

Но MoJo исключает все эти проблемы, ведь этот шоколад состоит из натуральных компонентов, не имеет в составе: молоко, сахар, красители и консерванты.

О БРЕНДЕ

mojo

- ЭТО НАТУРАЛЬНЫЙ ШОКОЛАД, СОЗДАННЫЙ
ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ЛАКТО И МОЛОКОЗАВИСИМОСТЬЮ.



МОЖО

- ЭТО ПРО ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ НАСТРОЙ
И ПОЗИТИВНОЕ ОТНОШЕНИЕ К ТОМУ,
ЧТО ВЫ ДЕЛАЕТЕ В ДАННЫЙ МОМЕНТ!

МОЈО

- ЭТО ЭНЕРГИЯ ЖИЗНИ, ТВОРЧЕСТВА,
СОЗИДАНИЯ, КОТОРУЮ ОЩУЩАЮТ ВСЕ ВОКРУГ...
ЭНЕРГИЯ, КОТОРАЯ ЗАРЯЖАЕТ И МОТИВИРУЕТ
БЫТЬ ЛУЧШЕ, ДОСТИГАТЬ НОВЫХ УСПЕХОВ И
ПОКОРЯТЬ НОВЫЕ ВЕРШИНЫ!



ЕВГЕНИЯ ЦЫРЛИН - ОСНОВАТЕЛЬ МОЖО САСАО

В ожидании своего первенца, узнала о развитии у себя диабета второго типа. Консервативное лечение не давало результата, поэтому Евгения сама начала изучать все о болезни. Первое, что она обнаружила, это важность сбалансированного питания. Именно оно лежит в основе здорового образа жизни и успешного противостояния таким болезням, как сахарный диабет. Разобравшись в вопросе, Евгения стала активно делиться своими открытиями с близкими и теми, кто нуждался в совете. Впоследствии стала создавать продукты, соответствующие этим критериям. Так родилась идея создания лакомства, полезного всем!



МОЈО

МОЈО САСАО - ЭТО ПРЕМИАЛЬНЫЙ РОССИЙСКИЙ
ШОКОЛАД СО 100% НАТУРАЛЬНЫМ СОСТАВОМ,
ТАК КАК ОСНОВАН НА РАСТИТЕЛЬНЫХ КОМПОНЕНТАХ.

Молодая компания, которая находится на рынке 4 года, и только за последние 2 года расширилась до 3 производств. Она стремительно идёт к своей цели-выйти на международный рынок. Бренд находится в постоянном развитии и улучшении себя, участвует в различных конкурсах.

САМЫЙ ЭСТЕТИЧНЫЙ

Эстетика шоколада Mojo состоит не только снаружи-в минималистично, стильной упаковке, но и внутри-во вкусе и внешнем виде шоколада. Именно поэтому шоколад можно назвать самым эстетичным на полках магазинов.



САМЫЙ НАТУРАЛЬНЫЙ

В состав шоколада входят лишь натуральные, безлактозные ингредиенты, не содержащие сахар, а лишь выпаренный кокосовый нектар, который обладает особой химической структурой и невероятным карамельным вкусом. На производстве внимательно следят за качеством продуктов, не используя ничего вредного для здоровья потребителей.

САМЫЙ РАЗНООБРАЗНЫЙ

Вкусовая линейка, в которую входит более 15 необычных вкусов точно удивит любого покупателя. Каждый сможет найти для себя вкус по душе и точно не останется равнодушным.



A black and white photograph of a hand playing a piano, with the fingers pressing down on the keys. The image is positioned on the left side of the page, partially overlapping the text.

САМЫЙ ВДОХНОВЛЯЮЩИЙ

Яркий вкус шоколада Моjo вдохновит каждого на творчество, на изменения в жизни и на свершение грандиозных планов, которые вы давно задумали. Продукт вдохновляет своим вкусом, составом, ароматом, хрустом свежеприготовленной плитки, внешним видом, упаковкой и даже историей самого бренда.

САМЫЙ ПОДХОДЯЩИЙ ДЛЯ ТЕБЯ

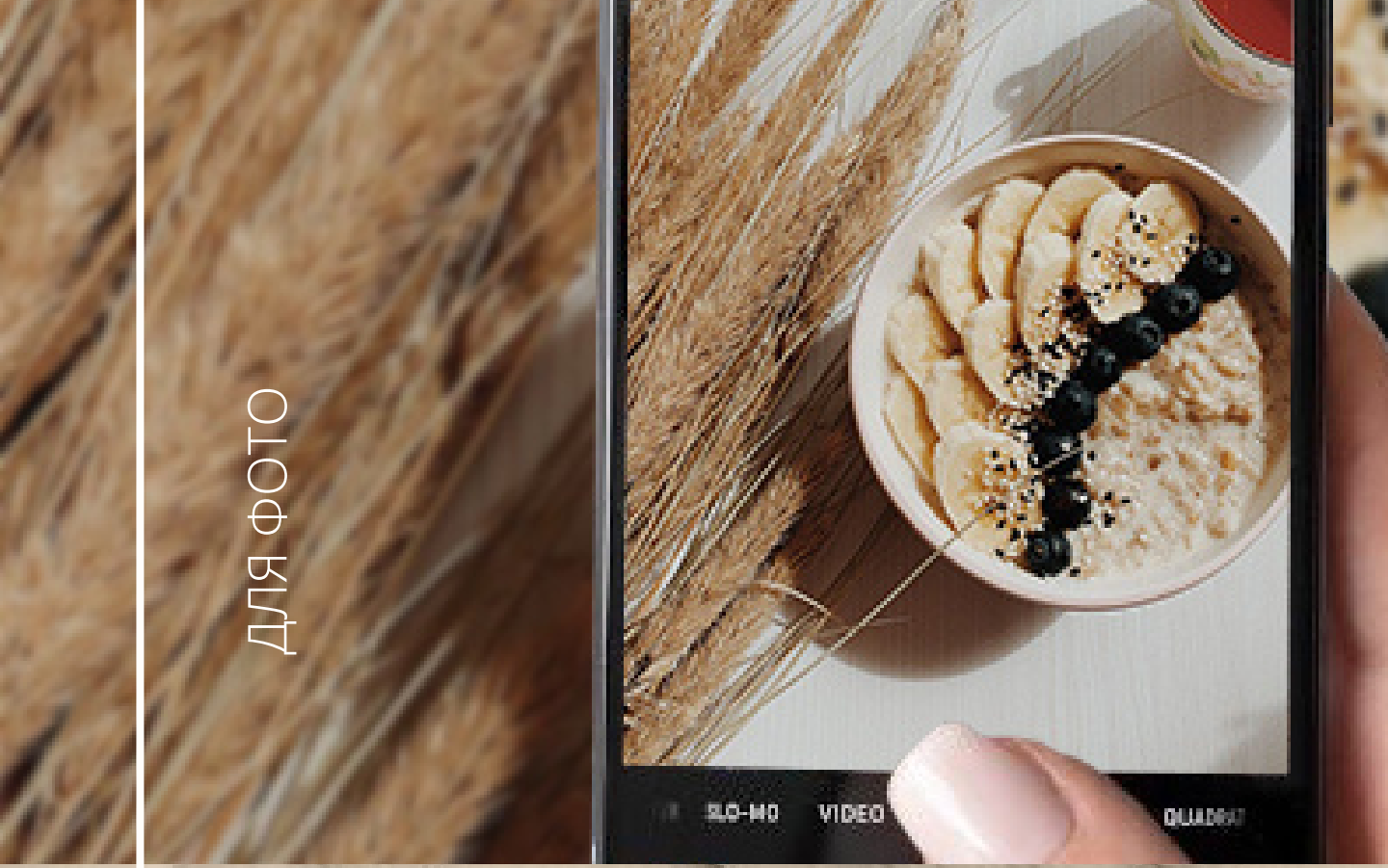
Благодаря своему составу шоколад подойдёт абсолютно каждому. А при выборе вкуса даже самый привередливый покупатель найдёт для себя то самое своё, что захочется покупать постоянно.



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

- ДЕВУШКА (27-33 ЛЕТ)
- ФИНАНСОВО НЕЗАВИСИМА
- УХОЖЕННАЯ, СТИЛЬНАЯ
- ВЕДЁТ ЗДОРОВЫЙ ОБРАЗ ЖИЗНИ, СЛЕДИТ ЗА ПИТАНИЕМ, ЗАНИМАЕТСЯ СПОРТОМ, САМООБРАЗОВАНИЕМ
- ПРЕДПОЧИТАЕТ КАЧЕСТВЕННЫЕ ПРОДУКТЫ
- ВОЗМОЖНО, ИМЕЕТ ПРОБЛЕМЫ СО ЗДОРОВЬЕМ





для фото



для вкуса

МОЛО
C A C A O



для здоровья



для статуса

СЕКМЕНТАЦИЯ



МОЖО ДЛЯ ФОТО

Люди, которые покупают шоколад только для красивого и эстетичного фото в Инстаграм. Они редко возвращаются за второй шоколадкой, т.к. не являются настоящими ценителями вкуса Моjo. Мы относим их к фальшивой целевой аудитории.

МОЮ ДЛЯ ВКУСА

Настоящие ценители вкусовой палитры шоколада МОЮ. Они вдохновляются яркими и необычными вкусами. Используют как самостоятельный перекус или же дополнение к блюду.



МОЮ ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ

Люди, следящие за своим питанием, покупают шоколад из-за его натурального состава. Так же, в составе нет ингредиентов, содержащих лактозу, что привлекает потребителя, например, с аллергической реакцией на данные продукты.





МОЖО ДЛЯ СТАТУСА

Данная ЦА покупает шоколад лишь из-за его премиальности. Так как продукт является достаточно дорогим, а таким людям важна лишь цена и статус данного продукта. Они редко замечают изысканный вкус и минималистичность дизайна.

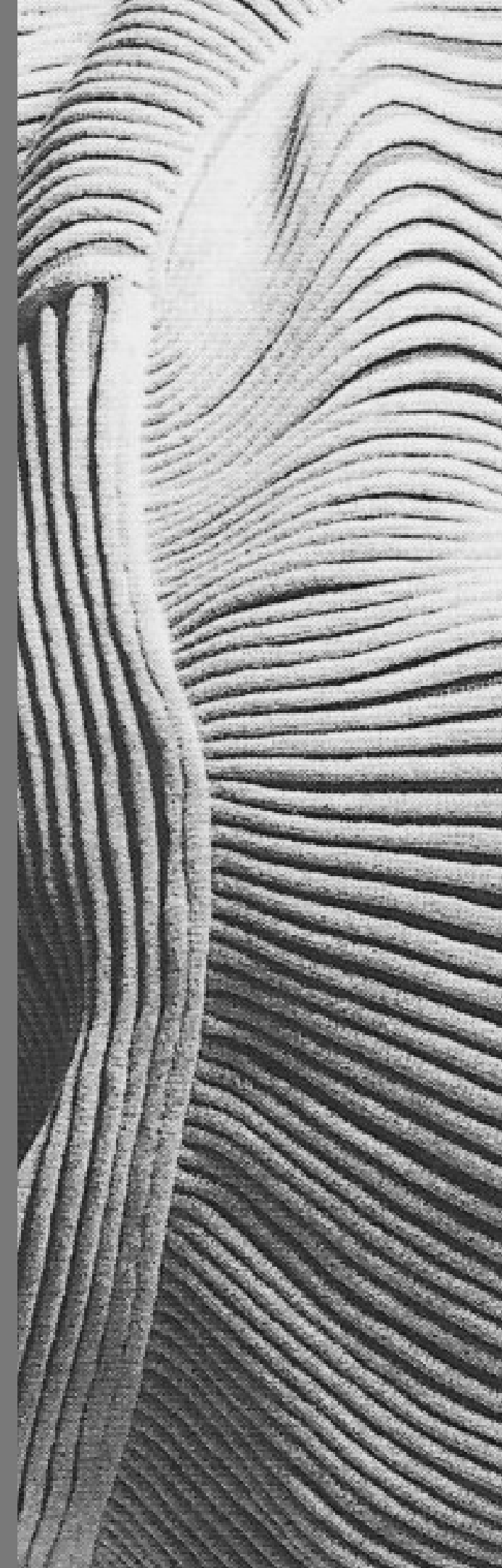
ПОЛЕЗНЫЙ ШОКОЛАД МОЖЕТ БЫТЬ ВКУСНЫМ

ЕСТЬ ПРОДУКЦИЮ МОЮ БЕЗ ВРЕДА ДЛЯ ЗДОРОВЬЯ И ФИГУРЫ

ШОКОЛАД МОЮ ПРЕКРАСНО ДОПОЛНЯЕТ ГОТОВЫЕ БЛЮДА

ВНЕШНИЙ ВИД ПРОДУКЦИИ И ЕЕ ВКУСОВЫЕ КАЧЕСТВА НЕ
УСТУПАЮТ ЗАРУБЕЖНЫМ АНАЛОГАМ

ШОКОЛАД МОЖЕТ ПОДХОДИТЬ ВЕГАНАМ



ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

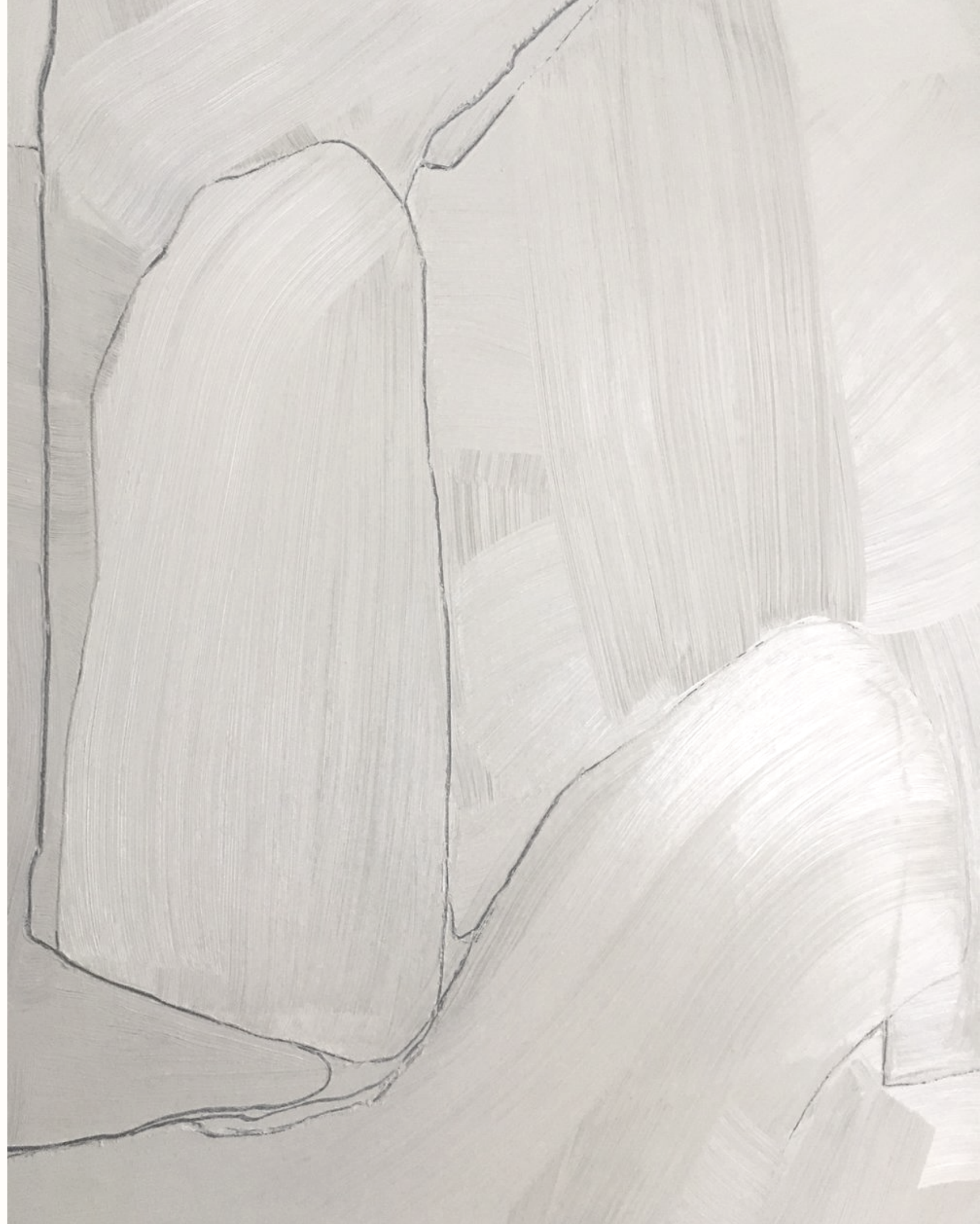
ЭСТЕТИКА И ПРОСТОТА **МОЈО САСАО**

НЕ ТОЛЬКО В УПАКОВКЕ, НО И ВО ВКУСЕ

МОЮ

ПРИЗВАН ДАРИТЬ ЛЮДЯМ ЭСТЕТИКУ ВКУСА,
ПРЕДЛАГАЯ ШОКОЛАД ВЫСОКОГО КАЧЕСТВА,
ИЗ НАТУРАЛЬНЫХ КОМПОНЕНТОВ.

НАПРАВЛЕН НА ТО, ЧТОБЫ УДОВЛЕТВОРИТЬ
ВИЗУАЛЬНЫЕ И ВКУСОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ
АУДИТОРИИ.





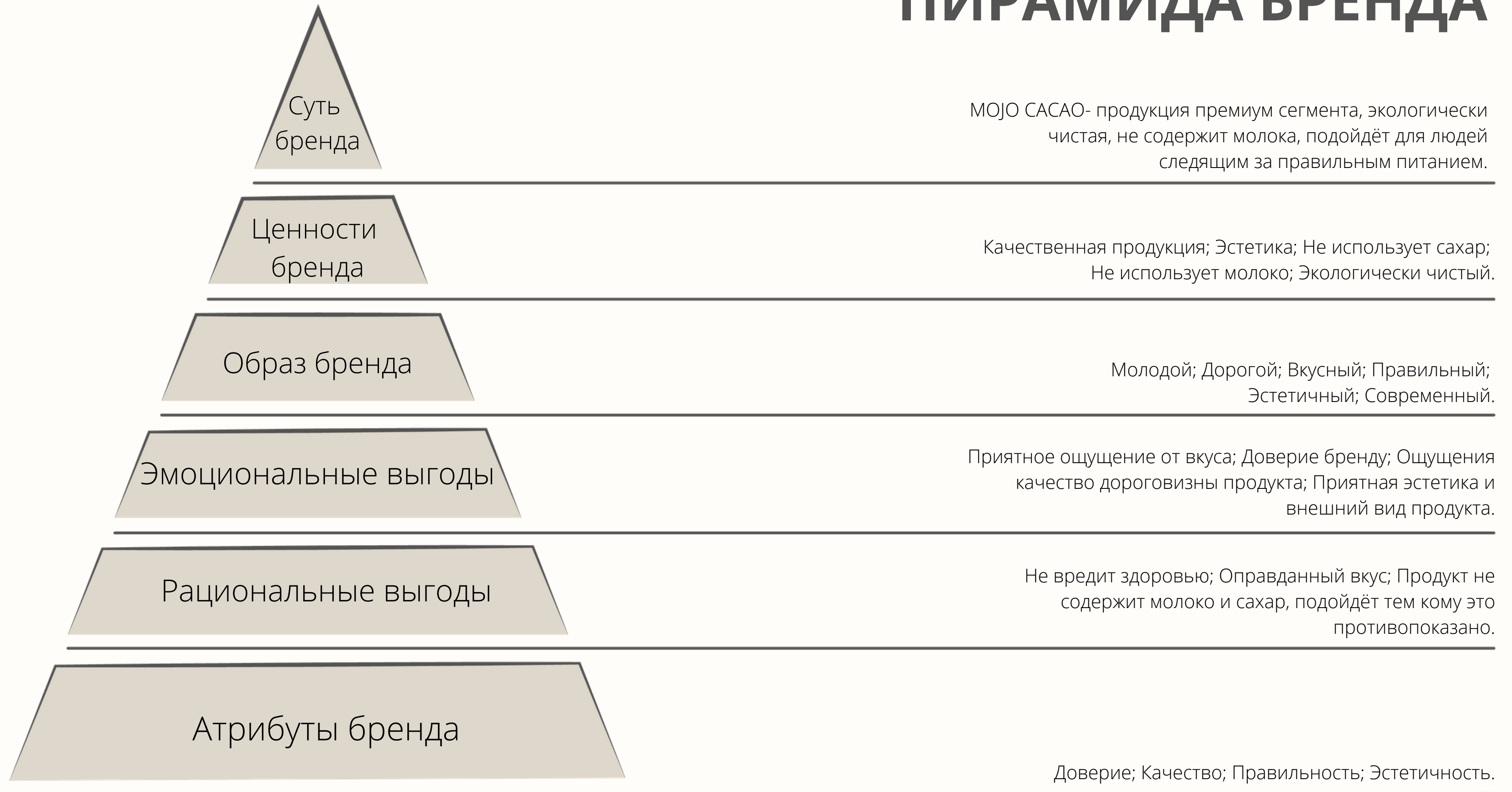
МОЈО

ИСКУССТВО ВНУТРИ И СНАРУЖИ

- ВКУС
- ВЫСОКОЕ КАЧЕСТВО
- НАТУРАЛЬНОСТЬ
- ВЕГАНСТВО
- АУТЕНТИЧНОСТЬ
- УДОВОЛЬСТВИЕ
- ОТКРЫТОСТЬ
- ДОВЕРИЕ
- КОМЬЮНИТИ



ПИРАМИДА БРЕНДА



XAPAKTEP

МОЈО САСАО - ЭТО

- ЭСТЕТИКА ВКУСА И УПАКОВКИ.
- ЗАБОТА ОБ ЭКОЛОГИИ.
- ИННОВАЦИОННОСТЬ.
- ЗАБОТА О ЗДОРОВЬЕ СВОИХ ПОКУПАТЕЛЯХ.
- ТОЛЧОК К СВЕРШЕНИЮ ДАВНО ЗАДУМАННЫХ ПЛАНОВ.
- ПРЕМИАЛЬНОСТЬ И УВАЖЕНИЕ К ПОКУПАТЕЛЮ.
- ВДОХНОВЕНИЕ И ТВОРЧЕСКИЕ ПОРЫВЫ.
- ЛЮБОВЬ К ПОКУПАТЕЛЯМ.





БРЕНД С ПОЛЬЗОЙ

Главная особенность компаний MOJO – экспертность в своей области. Подборки, тексты и визуальная составляющая бренда содержат преимущественно полезную информацию, которая состоит наглядной демонстрации возможностей организации.

ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ – **НЕЙТРАЛЬНЫЙ** – СУХОЙ
ОСТРОУМНЫЙ – **НЕЙТРАЛЬНЫЙ** – ЯЗВИТЕЛЬНЫЙ
ТЕРМИНОЛОГИЧЕСКИЙ – **НЕЙТРАЛЬНЫЙ** – ПРОСТОЙ
СКРОМНЫЙ – НЕЙТРАЛЬНЫЙ – **ХВАСТЛИВЫЙ**
СОВРЕМЕННЫЙ – НЕЙТРАЛЬНЫЙ – АРХАИЧНЫЙ

Тон общения – нейтральный, который характеризуется простыми ответами на поставленные вопросы, отсутствием лишних эмоций.

Стабильность, контроль, качество

КЛЮЧЕВОЙ СТРАХ АУДИТОРИИ

Проблемы со здоровьем, неконтролируемый хаос

ПОМОГАЮТ

Чувствовать себя в безопасности

ЦЕЛИ

Создание чего-то нового, развитие культуры, выражение в собственной форме

УПРАВЛЯЮЩИЙ СТРАХ

Быть как все, создавать банальное

СТИХИЯ

Земля

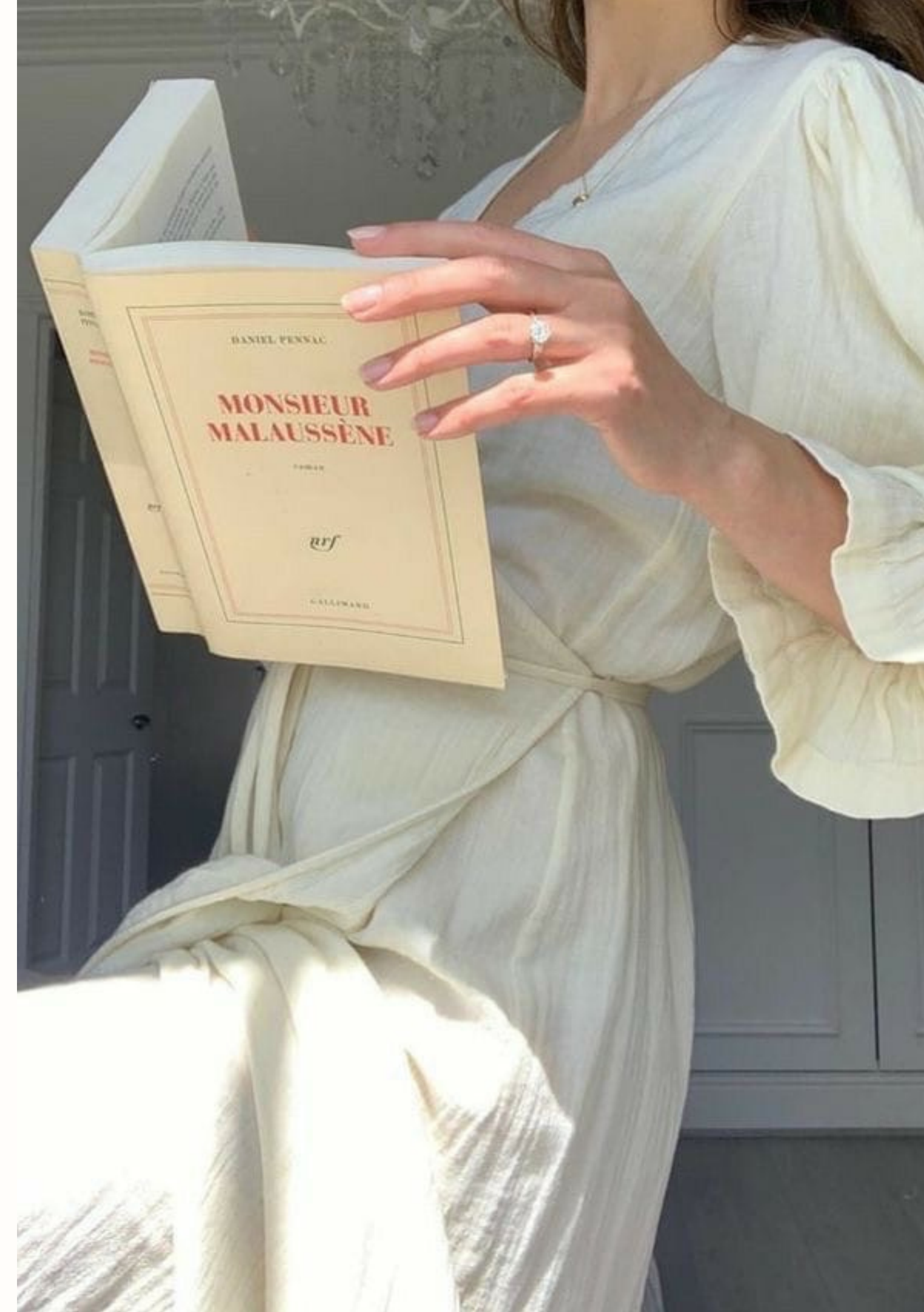
СТРАТЕГИЯ

Стабильности

АРХЕТИП

Основной архетип : ТВОРЕЦ

Бренд MOJO нуждается в постоянном самовыражении, он хочет стать новатором и лидером в своей сфере. Он очень творческий, с хорошим чувством вкуса и развитым чувством эстетики. Архетип творец часто появляется в средах, где важен хороший вкус и уникальная точка зрения. Творец понимает необходимость инноваций, изобретений и переосмысления прошлого. Веря в ценности внутреннего самовыражения, создатель предан вдохновению, трудолюбию и ориентирован на создание шедевра



АРХЕТИП

Дополнительный архетип : ПРАВИТЕЛЬ

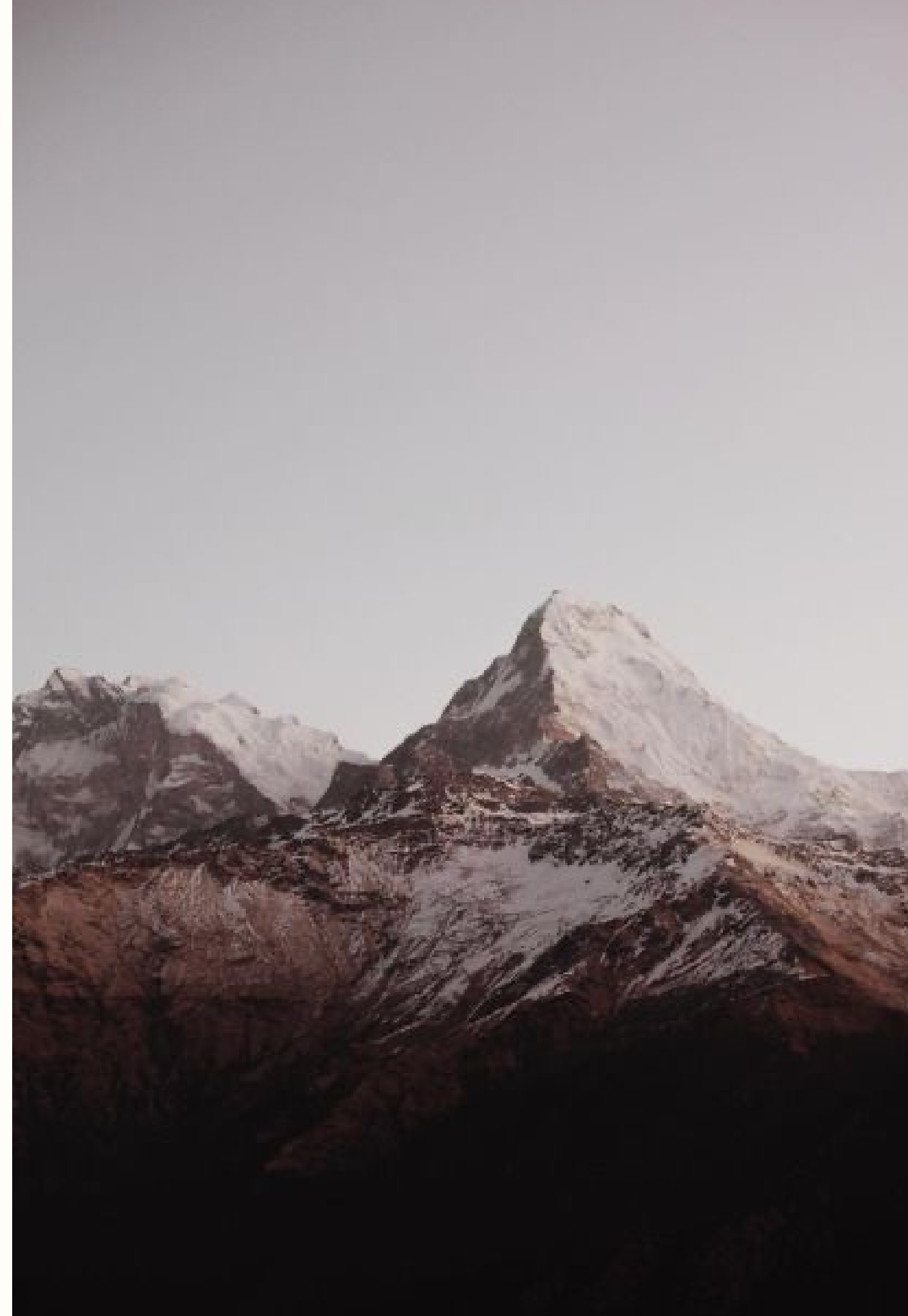
Это прирожденный лидер. Его основные черты – способность удерживать все под контролем, стабилизировать беспокойные ситуации. Посыл правителя – статус и престижность, которые приобретает человек вместе с товаром



АРХЕТИП

Дополнительный архетип : МАГ

Это воплощение чего-то магического. Для этого архетипа нет ничего невозможного, а их главный страх – не предвидеть негативные последствия. Основной посыл магов – доступный инструмент, с помощью которого сможешь все.



ПРАВИЛА БРЕНД-КОММУНИКАЦИИ

ОТКРЫТО ГОВОРИМ О ПРОИЗВОДСТВЕ
ПРОДУКТА

КРУПНЫМ ШРИФТОМ ПРЕЗЕНТУЕМ
СОСТАВ ДЛЯ УДОБСТВА ПОКУПАТЕЛЕЙ

ПОКАЗЫВАЕМ САМ ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ,
НЕ СКРЫВАЯ

КРАТКО И ЕМКО ДОНОСИМ МЫСЛЬ
ДО АУДИТОРИИ
НАСТОЯЩИЕ ОТЗЫВЫ ОТ ЖИВЫХ ЛЮДЕЙ

НАМ ВАЖНО ОБЩЕНИЕ С АУДИТОРИЕЙ.
МЫ РАДЫ ОТВЕЧАТЬ НА ВОПРОСЫ
ПОКУПАТЕЛЕЙ, ПРИСЛУШИВАТЬСЯ К ИХ
ПРОСЬБАМ И УЛУЧШАТЬ СВОЙ ПРОДУКТ



ВНЕДРЯЕМ АНГЛИЙСКИЕ НАДПИСИ
В УПАКОВКУ, СОЦ СЕТИ, ТК ИДЕМ
НА МИРОВОЙ РЫНОК

В КАЧЕСТВЕ ПАРТНЕРОВ ОБРАЩАЕМСЯ
К БЛОГЕРАМ И МОЛОДЫМ ЛИДЕРАМ
МНЕНИЙ



НЕТ

- НЕ ПОКАЗЫВАЕМ СПОСОБ И ОЧЕРЕДНОСТЬ ПРИГОТОВЛЕНИЯ
- ПРЯЧЕМ СОСТАВ ПОД МЕЛКИЙ ШРИФТ, ЧТОБЫ ЛЮДЯМ БЫЛО СЛОЖНО ПРОЧИТАТЬ
- НЕ ВЕДЕМ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ
- ОТСУТСТВУЕТ КАНАЛ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ
- НЕ ИСПОЛЬЗУЕМ АНГЛИЙСКИЕ СИМВОЛЫ НА ПИСЬМЕ
- РАЗЫГРЫВАЕМ ДЕНЬГИ В КОНКУРСАХ В СОЦ СЕТЯХ
- В КАЧЕСТВЕ ПАРТНЕРОВ ОБРАЩАЕМСЯ К ГОСУДАРСТВЕННЫМ ЛИЦАМ, ЛЮДЯМ С ВЫСОКИМИ ДОЛЖНОСТЯМИ
- ПИШЕМ БОЛЬШИЕ ТЕКСТЫ
- ПОДДЕЛКА ОТЗЫВОВ, ФЕЙКОВЫЕ РАДОСТИ

ДА

- ОТКРЫТО ГОВОРИМ ОБ ПРИГОТОВЛЕНИИ ПРОДУКТА
- КРУПНЫМ ШРИФТОМ ПРЕЗЕНТУЕМ СОСТАВ ДЛЯ УДОБСТВА ПОКУПАТЕЛЕЙ
- ВЕДЕМ СОЦ СЕТИ, В КОТОРЫХ РАССКАЗЫВАЕМ ОБ ИСТОРИИ ПРИГОТОВЛЕНИЯ И ПОКАЗЫВАЕМ САМ ПРОЦЕСС СОЗДАНИЯ, НЕ СКРЫВАЯ
- НАМ ВАЖНО ОБЩЕНИЕ С АУДИТОРИЕЙ. МЫ РАДЫ ОТВЕЧАТЬ НА ВОПРОСЫ ПОКУПАТЕЛЕЙ, ПРИСЛУШИВАТЬСЯ К ИХ ПРОСЬБАМ И УЛУЧШАТЬ СВОЙ ПРОДУКТ
- ВНЕДРЯЕМ АНГЛИЙСКИЕ НАДПИСИ В УПАКОВКУ, СОЦ СЕТИ, ТК ИДЕМ НА МИРОВОЙ РЫНОК
- РАЗЫГРЫВАЕМ БОКСЫ С НАШЕЙ ПРОДУКЦИЕЙ
- В КАЧЕСТВЕ ПАРТНЕРОВ ОБРАЩАЕМСЯ К БЛОГЕРАМ И МОЛОДЫМ ЛИДЕРАМ МНЕНИЙ
- КРАТКО И ЕМКО ДОНОСИМ МЫСЛЬ ДО АУДИТОРИИ
- НАСТОЯЩИЕ ОТЗЫВЫ ОТ ЖИВЫХ ЛЮДЕЙ

ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ

MOJO
CACA O

МОЈО
САСАО

ОСНОВНОЙ ВАРИАНТ
ЛОГОТИПА



ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ
ВАРИАНТ ЛОГОТИПА

ЦВЕТА БОЛЬШОЙ УПАКОВКИ ШОКОЛАДА 80Г

#AA8072

#95A385

#B18696

#F4DCB5

#D7A388

#A8A9A5

#C64A3B

#4E4F50

#ED763B

#32667E

ЦВЕТА ШОКОЛАДНЫХ ПАСТ

ЦВЕТА МАЛЕНЬКОЙ УПАКОВКИ ШОКОЛАДА 20Г

#9D2926

#FFFFFF

CHRISTMAS

#99837A

#F4DCB5

BANANA BREAD

#160600

#FFFFFF

BLACK QUINOA



ЦВЕТ ОСНОВНОГО
ЛОГОТИПА



ЦВЕТА ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО
ЛОГОТИПА



10



Harmonia Sans Pro Cyr

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
KkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz



ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ
ЛОГОТИПА И НАЗВАНИЙ НА
УПОКОВКАХ

Apercu Pro

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
KkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz



ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ НИЖНЕЙ
ЧАСТИ ЛОГОТИПА

Futura

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJj
KkLlMmNnOoPpQqRrSs
TtUuVvWwXxYyZz



ИСПОЛЬЗУЕТСЯ ДЛЯ ПРОЧИХ
ТЕКСТОВ И НАИМЕНОВАНИЙ

НЕДОПУСТИМЫЕ ИСКАЖЕНИЯ ЛОГОТИПА



КОНСТАНТЫ









МОЈО

САСАО

Книга о том, что такое МОЈО и как его найти в самом себе.