

Второй этап
25 – 31 марта

LOFT
YOUR
MIND



БРЕНДИНГ

Легенда

Основатель проекта Loft Your Mind Ольга Рушневская много путешествует, была во многих городах Европы и Америки: «Моё внимание всегда привлекают детали. Качество жизни складывается из деталей. Какие красивые двери в Европе, видно, что им много лет, они потёртые, но бережно сохранены. От них веет историей, стабильностью, теплом, уютом».

Каждому человеку нужен дом. Дом начинается с двери: двери в квартиру, в подъезд или парадную. В Санкт-Петербурге много красивых зданий, входные двери которых, как правило, старые и в печальном состоянии или заменены на безликие металлические полотна. Проезжая и проходя мимо таких дверей, зародилась идея восстанавливать двери Петербурга.

Подсказка: данный проект абсолютно новый и уникальный.

Легенда



Цели проекта

1. Восстановить утерянные или полуразвалившиеся двери в исторических зданиях Санкт-Петербурга.
2. Сформировать новое общественное сознание: «Это мой город, мой дом. Я несу ответственность за него». Вынести границы ответственности за пределы собственной квартиры.
3. Акцентировать внимание людей на деталях (дверях, окнах, фасадах, ручках и других элементах). Именно они создают общую картину города, в котором комфортно и приятно жить.
4. Популяризовать бережное отношение к истории через ежедневный быт.

Механика развития проекта

1. Собрать сообщество людей, заинтересованных в проекте (через сайт, соц. сети).
2. Организовать конкурс фотографий зданий и дверей достойных восстановления.
3. Восстановить их по чертежам, найденным в городских архивах (ГИОП),
или создать новые в связке с архитектурной композицией дома.
4. Сформировать бюджет проекта.
5. Восстановить двери.
6. Напечатать красивый альбом: «Было — стало».

Формирование бюджета проекта

1. Краудфандинг — размещение проекта на портале [Бумстартер](#).
2. Спонсоры — крупные компании, которые считают это социально-ответственным делом. Пакет генерального спонсора.
3. Добровольный взнос жителей домов, в которых восстанавливаем двери.
4. Привлечение гос. бюджета организаций сектора ЖКХ.

Задание

1. Разработать концепцию позиционирования нового бренда, описать проект для всех ЦА.
2. Создать слоган, логотип проекта, фирменный стиль.
3. Разработать макет печатной и другой рекламной продукции: афиша А4, открытка А6, конверт А4, конверт Евро, макет наружной рекламы Сити Формат. Подарки участникам-спонсорам проекта, обозначающие участие в проекте: наклейка на авто, брелок, магнит, вымпел, значок простой и «крутой», кружка, ручка простая и «крутая». Дипломы участников/спонсоров проекта.
4. Визуализировать фирменный стиль в оформлении главной страницы сайта*.

*Подсказка: разрабатывать структуру и архитектуру сайта не нужно. Требуется просто показать способ оформления.

Задание

5. Создать стратегию продвижения проекта:
 - a. Придумать наиболее эффективную стратегию привлечения участников в проект:
 - i. информационных спонсоров (СМИ, интернет ресурсы, гос. структуры);
 - ii. производственных спонсоров (производство дверей, кузницы, фурнитура);
 - iii. меценатов (крупные суммы, банки, страховые и телекоммуникационные службы, авто, ФПГ, FMCG);
 - iv. рублёвых спонсоров (частные лица, суммы от 100 до 20 000 рублей).
 - b. Схема/логика работы через соц. сети: VK, FB, Instagram, Foursquare, Pinterest.
6. Создать пакеты участия, т. е. описать то, что они получат, помимо огромного «спасибо» и «респекта».

Целевая аудитория

К целевой аудитории относятся все желающие принять участие в проекте: молодёжь, жители среднего возраста, а также люди старшего поколения, заинтересованные в позитивных изменениях в своём городе.

Технические требования

1. Презентация решения задачи в формате *.PDF.
2. Дополнительные материалы (исходники, носители информации, печатная продукция и другое) предоставить в отдельной папке.
3. Итоговые материалы разбить на две папки. Первая папка «Презентация» — презентация решения задачи. Вторая папка «Материалы» — дополнительные материалы. И всё это заархивировать.
4. Формат архива *.ZIP. Архив называть по следующей схеме: «2-й этап. (Ваше название команды)».

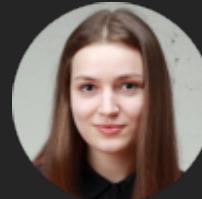
Критерии оценки решений

1. Креативность.
2. Исполнение.
3. Презентация.
4. Соответствие целевой аудитории.
5. Глубина анализа (обоснованность вашего решения).

**Файлы с решением задачи
отправлять до 31 марта 23:59 по
московскому времени через
специальную форму на сайте.**

31 марта в 23:59 функция загрузки работ заблокируется.
Решения после этого приниматься не будут.

По любым вопросам
обращайтесь к куратору секции:



Кристина Энергичная
kristina.z@designgames.ru

