



**Eslogan**  
"Alimenta tus ganas de vivir"

**Marca: Yogurismo**  
**Empresa: La serenísima**

Diaz Abiel Tp5 Maketing  
Hoja 1

## Detalles Generales

Producto: **Yogur estilo griego**  
Distribución: **Nivel nacional**  
Lanzamiento: **Noviembre 2020**

## Análisis del producto

### Clasificación

Según su vida útil: No duradero  
Según su naturaleza: Bien tangible  
Según su mercado: De consumo  
Según su hábito de compra: Conveniencia

### Mercado meta

Personas a partir 15 años que se interesan por su bienestar físico y su salud, ya que es un producto que aporta muchos nutrientes.

### Público meta

Adolescentes y jóvenes adultos entre 15 y 35 años con una actitud sana activa y enérgica, interesadas por el cuidado y bienestar físico. Complementado su rutina de ejercicios con un producto que tenga ya que tiene más proteínas, menos carbohidratos y menos azúcares que uno regular.  
Es recomendado por nutricionistas y usado por padres para que lo consuman sus hijos, También su uso es para repostería o elaboración de comidas sanas.

### Imagen y Estilo

**Estilo de Tradicional:**  
El producto muy confiable por la marca Yogurísimo porque es una de 1ª marca para el consumidor promedio. Además, los colores son de la marca del producto aporta exhibe una imagen profesional y de calidad.

### Marca

El logotipo está compuesto por una tipografía con serif con trazos y terminaciones curvas con un interletrado bastante pequeño. La Y es la que más llama la atención por que es una la única de caja alta y posee una leve inclinación.

Luego para la tipografía de identificación del producto. posee diseño rúnico, con estilo de la antigua Grecia. El color es azul oscuro propio de la marca corporativa, pero en su variación de fondo. Por lo cual la tipografía es de color blanco.



### Envase Primario



Frente



Tapa



Debajo



### Información Nutricional



### Párrafo del producto



# Producto nuevo lanzamiento

## ¿Fomenta usos nuevos?

El estilo de envase interesante al ser pequeño y ancho permite más contenido de lo que es un formato pote de yogur. Permite agregar un toque más saludable a la preparación de las comidas y repostería.  
El tipo de yogur también es nuevo ya que no tienen muchos competidores directos, generalmente son marcas de distribuidor.



## ¿Es una idea original?

Para el mercado si. ya que aporta un nuevo segmento para los consumidores y un nuevo estilo de yogur poco conocido.

## ¿Plantea un nuevo uso o algo ya existente?

Se podría considerar que el tipo de envase ya está muy visto con esta tapa removible de aluminio con un envase azul de la marca principal y con las imágenes de yogurt cremoso y satisfactorio.  
Yo plantearía un nuevo diseño de etiqueta estilo griego, ya que la única referencia que se hace a ello es la tipografía. No quiere decir que el yogur sea de grecia o de referencia a eso solo que daría más identidad al estilo. Porque parece otro producto más de Yogurísimo.

## Estrategia de marca

### Estrategia Multiple / líneas de productos:

La empresa La Serenísima posee la la marca Yogurísimo y esta utilizar el mismo nombre de marca para varios productos de la misma línea relacionados entre sí.



## Publicidad

En su lanzamiento tuvo una fuerte inicio en la publicidad con afiches y spot. Sigue siendo relevante en el mercado aunque, actualmente no se mucha publicidad al respecto.  
Su Imagen se enfoca en un un producto muy delicioso, cremoso y suave hace mucho énfasis en esos aspectos mostrando imágenes de yogur mezclando para incentivar la necesidad o el apetito por ese producto en el consumidor.



Diaz Abiel Tp5 Maketing  
Hoja 2