





BEMUTATKOZÁS

Szenvedélyem a vizuális kommunikáció, a színekkel és tipográfiával való játék. Folyamatosan fejlesztem magamat, és nyitok az újdonságok felé. Munkám során átfogó egységet teremtek, és igyekszem az apró részleteket a képi világban humorral fűszerezni.

TANULMÁNYOK

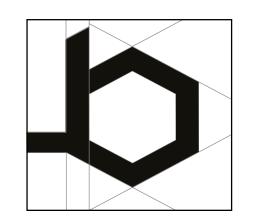
Corvin Rajziskola, Grafika kurzus 2019-20 Ruander Oktatási Kft., Kiadványszerkesztő tanfolyam, 2019 Ruander Oktatási Kft., Webdesigner tanfolyam, 2018-19

PROGRAMISMERET

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe Indesign
- HTML, CSS









Champagne & Limousines Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

C:75 R: 58 M: 0 G: 170 Y: 100 B: 53 K: 0

Champagne & Limousines Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789



C: 100 R: 32 M: 100 G: 26 Y: 40 B: 61 K: 50













Herbalplus

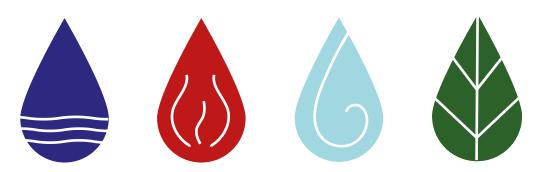
NUDEMSO











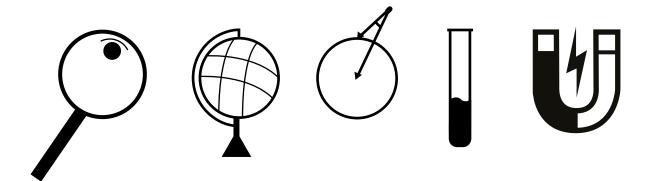


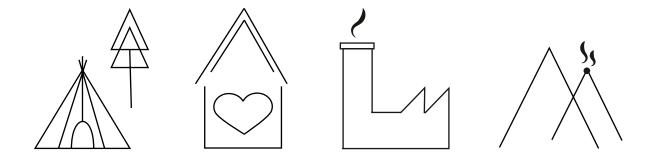


















AMBRÓZIUM MÉZ-BRIEF

Piaci helyzet:

Prémium márkájú méz, melyet kiváló alapanyagokból készítünk. A szupermarketekben találhatóak gyenge minőségűek, ezért versenytársaink a családi vállalkozások által készített termékek. Hazai szinten: Mézes Gergő Méhészete, Bakonyi Nektár Méz. Nemzetközi szinten: Honey of Arabia, Heaven Scent Honey

Bemutatkozás:

Az Ambrózium Méz finom nektárját a dörgicsei méhészetünkben termeljük. Családi vállalkozásunk jelentős tapasztalattal bír. Mézünk természetes alapanyagokból készül színezék, oldószer és más adalékanyagok hozzáadása nélkül.

Grafikai elképzelés:

Logófrissítés, névjegykártya, levélpapír, boríték és plakát készítése. Továbbiakban facebook profilkép és borítókép.

Cél:

Termékeinket jelenleg vidéki nagyvárosok vásárain árusítjuk. Kétéves tervünk között szerepel, hogy budapesti vásárokon is megjelenjünk, illetve saját üzletet nyissunk.

Célközönség:

Felső/ közép anyagi/társadalmi osztály, mely a 35-65 éves korosztály. Szeretnek utazni, finomat enni és élvezni az életet. Érdeklődési kör: Irodalom, Színház, Lovas sport

Ígéret és Márka jellemzői:

Édes élvezet/ Élvezd át minden pillanatát. Kényeztesd magad, mert az jó neked. A termék vonzza a tekintetet és figyelemfelkeltő. Olyan, amit az ember szívesen eltenne, és később is használna.

Médiaterv:

A termék Facebook-on és Instagram-on is megtalálható, valamint magazin hirdetésekben is előfordul. Készül hozzá plakát és szórólap is.

Stílus:

Elegáns, konzervatív, szép és kifinomult.

Pénzkeret és technikai lehetőségek:

Színes nyomtatás, erős és fényes külső doboz. A termék egy hexagon alakú üvegben található. Megújuló anyagok előnyben, és a műanyag kerülendő.

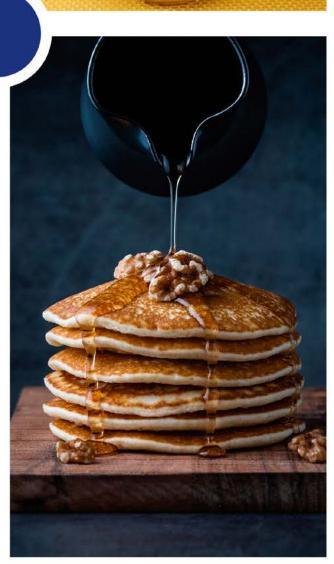














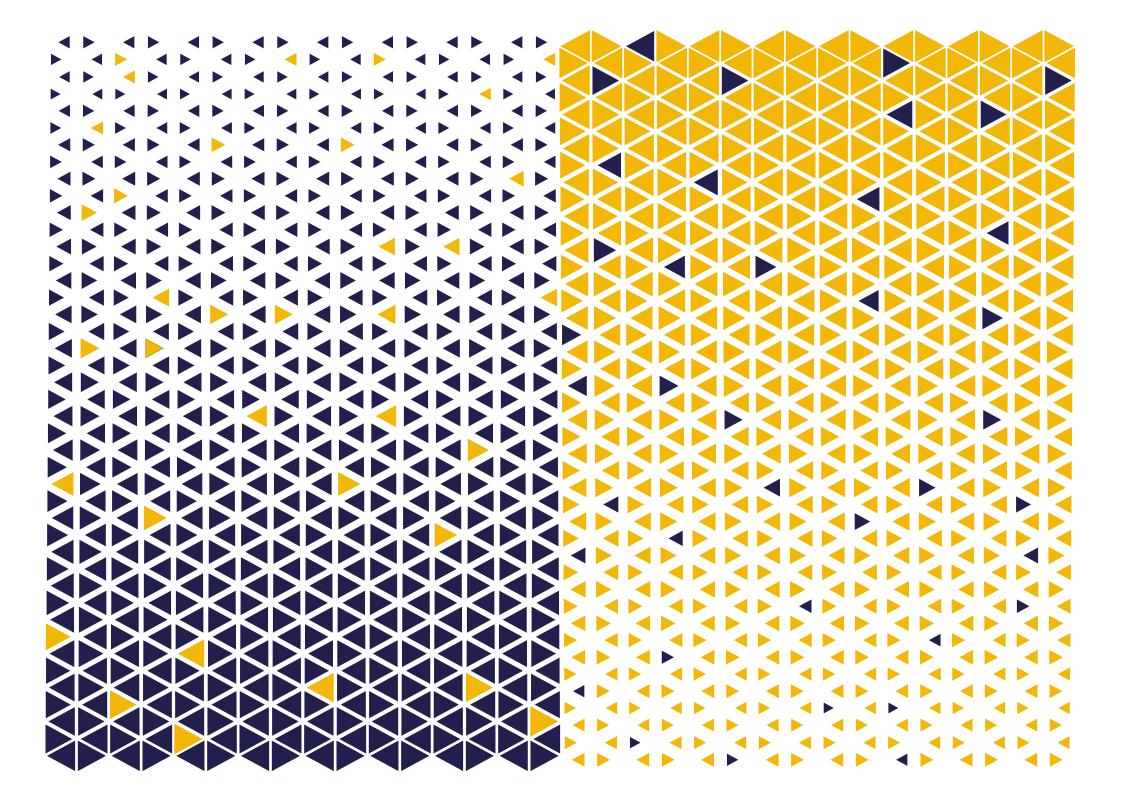






Javanese Text Regular ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789











AMBRÓZIUM MÉZ- CSOMAGOLÁS

Termék pozícionálása:

Az Ambrózium Méz termékei az álaghoz képest kicsivel drágábbak, így inkább azok vásárolják, akik termelői mézet szeretnének vásárolni megbízható forrásból.

Előnyei:

Könnyen kinyitható, ami szép és elegáns. Később felhasználható, más kisebb dolgokat bele lehet helyezni a dobozba. A méz üvegét is fel lehet majd használni, más folyadékot bele lehet tölteni.

Hátrányai:

Viszonylag vastag lesz a doboza, bár törésállónak nem mondható, mint a Manuka méz esetében. A hexagonos üvegből nehezebb kivenni a maradék mézet. A polcokon lévő mézek közül színben, formában (kék és sárga színben jelenik meg és a teteje virág alakú) kiemelkedjen a vásárlók számára.

A termék bemutatás, árusítása:

Az Ambrózium Mézet kézműves vásárokon, ünnepi vásárokon lehet megvásárolni. Ezen kívül még webshopon keresztül is meg lehet rendelni.

Célok:

A termék megismertetése, és ezáltal új vásárlók bevonzása. A szokásos termékek (csokoládé, bonbon) helyett akár ajándékötletként is felmerülhet a vásárlókban.

Inspiráció:

Az elsődleges szempont a csomagolás kialakításakor az volt, hogy a mellett, hogy egy szép dobozról van szó, mégis sérülésmentes legyen, és kellően védje a mézes üveget. Ugyanakkor fontos elvárás volt, hogy ennek a magasan pozicionált terméknek elegáns és esztétikus megjelenítést biztosítsunk.

Versenytársak és kerülendő elemek:

Kerülendő volt, hogy hasonló mézes üveget/dobozt hozzunk létre, mint korábban. Színben és formában is eltérjen.

Célcsoport:

Elsősorban a 35-65 év közötti korosztály a célcsoport, így fontos szempont volt, hogy a letisztult csomagolás megszólítsa őket, és pozitív érzéseket váltson ki belőlük.











