

MEMOIR

Brand Strategy / Creative Identity

BACKGROUND

MEMOIR

היא חברת טכנולוגיה המייצרת קוד דיגיטלי דינמי צרוב או משובץ על גבי מגוון תכשיטים הקוד מכיל מסר טקסטואלי או וידיאו שניתן לצפייה באמצעות אפליקציה ממכשירי נייד. הטכנולוגיה מבוססת פטנט.

MEMOIR מתמקדת בשלושה מוצרים עיקריים:

1. פיתוח טכנולוגיה דינמית הניתנת ליישום על מגוון מוצרים המשלבים חווית משתמש עם תוכן אישי
2. תכשיטים ואקססוריז משולבי טכנולוגיה באמצעות קוד ושימוש באפליקציות ייעודיות לחווית משתמש אישית וייחודית
3. טכנולוגיה מבוססת פטנט רשום וקידמה

MEMOIR הינה חברת סטארט-אפ בתחום הטכנולוגיה והלייף סטייל, המורכבת מצוות מגוון של שותפים, עצמאים בתחומים שונים, אנשי שיווק עם נסיון מצטבר של שנים בתעשייה. הם מספקים מוצרים משולבי טכנולוגיה מגובי מחקר, עם ידע בהתאמה לתחום הלייף סטייל. מטרתה של MEMOIR היא ללמוד, לחקור, לפתח ולהטמיע טכנולוגיה אינטראקטיבית / דינמית על גבי אקססוריז לבישים שנראים טוב ומשלימים את אורח החיים בתרבות המערבית - ובהתאמה לתפיסה הדינמית המתפתחת של המאה ה 21 בכדי לשפר את אורח החיים של לקוחותיה הפוטנציאליים לחווית משתמש דינמית, אישית וייחודית בכלטפורמת הפנאי, אופנה והלייף סטייל.

MEMOIR

Brand description

מטרת המותג

למה אנו קיימים? מה אנחנו רוצים לתקשר מול הלקוח?

1. לפתח ולשלב טכנולוגיה דיגיטלית דינמית על גבי מוצרים לבישים ולתת ערך מוסף אישי / חווית משתמש / תכנים / מזכרות לקהל היעד הפוטנציאלי
2. ללמוד, לחקור, לפתח, ולהטמיע טכנולוגיות על גבי פלטפורמות לא מסורתיות למתן פתרון ממוקדי התוויה לטובת קהל היעד הפוטנציאלי

הבטחת המותג

מה אנחנו מציעים באופן עקרוני

באמצעות טכנולוגיה דיגיטלית משולבת תוכן אישי המוטמעת באמצעות קוד על גבי מגוון מוצרי אקססוריז, מאפשרים לך לייצר מוצר מותאם אישית עם תוכן ייחודי משולב סיפור המעלה את הערך הסנטימנטלי של התכשיט

Digital Storytelling Jewelry
Custom Storytelling Jewelry

ערכי המותג

במה אנחנו מאמינים? מה חשוב לנו לתקשר מול הלקוח?

מייצרים חווית משתמש באמצעות קוד דיגיטלית משולב מסר / אלמנט / דימוי אישי הנותן משמעות או ערך סנטמנטלי מוגבר לתכשיט כמתנה בין טכנולוגיה דיגיטלית, אקססוריז משולבים מסר / סיפור / זכרון אישי בעל ערך סנטימנטלי ללקוח קצה וגם למי שמשתפים איתו נותנים משמעות חדשה למוצר סטטי משנים תפיסה של מוצר, מקנים עומק וערך סנטימנטלי לסטנדרט, ביטוי רגשי מוגבר בין הבעלים לתכשיט המסר בקוד עצמו בעל תוכן המייצר חיבור וערך אישי סנטימנטלי בין הבעלים לתכשיט לבין ומי שנתן אותו לא מוצר סטטי אלא בעל משמעות סקרנות - מסתורין, אישי, כח הקוד הדיגיטלי, בהתאמה אישית מייצרים שינוי בתפיסה, לכל אחד יש עדכניים - עכשוויים, ברוח התקופה, דינמים, מתפתחים, מחקר מתמיד, פיתוח טכנולוגיה דיגיטלית המשתלבת בלייף סטייל

חוויה
חיבור
תוכן / ערך
זכרון
סקרנות
עדכניים

אישיות המותג

מי אני? מה מייחד אותי?

מאמינה בשינוי תפיסה חד מימדית של העולם באמצעות שילוב טכנולוגיה על מוצרים סטטים. יוצקת ערך מוסף ומשמעות אישית למוצר מייצרים פלטפורה המחברת בין מוצר סטטי / אקססוריז לסיפור אישי / משמעות בין הצד הנותן לצד המקבל = מייצרים ערך סנטימנטלי מייצרת שינוי באיכות החיים, באסתטיקה, נותנת השראה, דינמית ותמיד רעבה לעוד, אינטליגנטית (מחקר) ואישית (תוכן) חוקרת בעלת ידע טכנולוגי בשילוב אקססוריז אופנה ולייף סטטיל, בוגרת ואיכותית ברוח התקופה שמה לב לפרטים (גם בתוכנה וגם בתוצר הסופי הנראות וחומרי הגלם) וגם באפשרויות שימוש דינמיות במוצר

משפיענית חיובית
מגשרת / מחברת
סקרנית עם סטייל
קלאסית עדכנית
פרפקציוניסטית דינמית

קול וטון

כיצד אנחנו מתקשרים עם העולם סביבי?

אנדרוגני, כוללני, מתוחכם, אינטלגנטי, מודרני, טכנולוגי, מיינסטרים,
חדשני, מסתורי, חיובי, דינמי, איכותי, קלאסי, אלגנטי

קהל היעד

בשביל מי אנחנו כאן?

1. אנשים בעלי נטייה גבוהה לנסות מוצרים חדשים בקטגוריה, משפיענים בתחום הדיגיטל, לייף סטייל ואופנה
2. אנשים הממליצים ובעלי השפעה בסביבה החברתית שלהם
3. אנשים המחפשים מוצר ייחודי, אישי, עדכני, אסתטי, בעל ערך סנטמנטלי עכשווי ועתידי
4. אנשים עם מודעות צרכנית - אם זה מוכיח שזה עושה עבורי שינוי לטובה / בעל ערך - אני אהפוך לצרכן נאמן וממליץ*

*בני 20-80 כלל האוכלוסיה כל מי שרלוונטי מוצר מסוג זה לאירועים מיוחדים כגון:
אירוסין / הצעות נישואין, חתונות, סבתות, משפחות ילדים, בר / בת מצווה, בעלי כלבים, זכרון
יש לפלח את כל הקטגוריות האפשרויות לטובת שיווק.

מטרות רצויות

איך אנחנו רוצים לגרום לאנשים להרגיש?

מיוחד / ייחודי - יש לי משהו רק שלי לחגוג את הייחודיות המותאמת אליי אישית
חכם - הבחירה חכמה למה לקחת מוצר (תכשיט) סטטי כשאפשר ליצוק לתוכו תוכן אישי ולהפוך לייחודי ורק שלי
עדכני / מחובר - חיבור בין אנשים בצורה סנטימנטלית, באמצעות תוכן שתואם לרוח התקופה, לקדמה באמצעות טכנולוגיה דיגיטלית ומוצרים אסתטיים יחודיים = לייף סטייל עדכני לזמננו, צעד קדימה

מטרות פונקציונליות

מה אנחנו עושים יותר טוב מאחרים עבורך?

טכנולוגיה + לייף סטייל - שילוב של טכנולוגיה דיגיטלית על מוצר סטטי קיים בשוק רווי מלא אפשרויות - אבולוציה - לוקח צעד קדימה
דינמי - אפשרות להתעדכן להחליף להוסיף, מגוון מוצרים, מגוון חומרי גלם וקודים
מחובר - באמצעות שילוב מספר פלטפורמות אינטראקטיביות עדכניות שגם מאפשרות חיבור בין אדם למוצר, בין אנשים, בין זכרון

סיבות להאמין

למה שאנשים יאמינו שאנחנו עומדים בהבטחה?

עם תכשיטים עשויים מחומרי גלם איכותיים
משולבי טכנולוגיה דיגיטלית מוגנת פטנט על בסיס קוד משובץ
אתה יכול ליצוק תוכן ויזואלי אישי, מסר או זכרון לכל פריט
אשר הופכים אותו ליותר מסתם תכשיט אלא לפריט בעל משמעות אישית,
ייחודית וסנטימנטלית לכל אדם.

USP - תכשיטים עברו שלב ממוצר אסתטי למוצר דינמי בו הזיכרון כבר לא סטטי - איפה נקנה, מי נתן, עבר בירושה וכן הלאה
ואשר מקנים לו דינמיות, מימד חדש, תוכן וערך סנטימנטלי כפול ורב ערך
בני אדם הם יצורים סנטימנטליים הם מקדשים זיכרון בכל צורה, אלבומי תמונות, מצבות, שומר מסך וכו'
נפנה למקום הזה של הזיכרון והערך הסנטימנטלי לרגש. לרגש את עצמך לרגש את האחר ליצור זיכרון ארוך טווח עמוק.

מילות מפתח

טכנולוגיה, דיגיטלי, לייף סטייל, סנטימנטלי, בעל ערך מוסף,
אישי, מותאם אישית, דיגיטלי, דינמי,
בעל תוכן, מימד נוסף, רגשי, אלגנטי, קלאסי,
איכותי, זכרון, ייחודי

מיצוב

בינוני גבוה, יוקרתי, בהתאם לנראות ולרמת תמחור המוצר.

MEMOIR

Brand Identity

המטרה

**לפתח שפה תדמיתית הוליסטית למותג
בעלת נראות אחידה ברורה ונגישה לכל הקהלים
שמכילה את כל הערכים עליהם מבוסס
הקונספט הקריאטיבי למותג**

במטרה אחת ברורה: הצלחת המותג*

* המטרה לחדור לכל השווקים עם מוצר ברמה בינלאומית ושנראה כמו "שצריך" להראות מותג שעומד בהבטחת המותג ונותן תוצאות, לטובת הצלחת המותג בשוק ומול המתחרים

MEMOIR

Creative Concepts

MEMOIR

Brand Identity & Packaging Design

01

MEMOIR

digital storytelling jewelry





LOGO / TITLES

ITC Avant Garde Gothic

ITC Avant Garde Gothic is classified as a geometric sans serif design, meaning that its basic shapes appear to be constructed from circles and straight lines. The design's heritage has sometimes been traced to the geometric sans serifs produced by Bauhaus designers in the mid-1920s. ITC Avant Garde Gothic design has become a solid staple in the repertoire of today's graphic design. This family of fonts is ideal for titles, display copy and short blocks of text content. The ITC Avant Garde Gothic design is used in the corporate logo of Adidas and is one of the main typefaces in Sony's corporate marketing programs.

SECONDARY TITLES & DESCRIPTIONS

Helvetica Neue

Helvetica is a neo-grotesque or realist design, one influenced by the famous 19th century typeface Akzidenz-Grotesk and other German and Swiss designs. Its use became a hallmark of the International Typographic Style that emerged from the work of Swiss designers in the 1950s and 60s, becoming one of the most popular typefaces of the 20th century. The Helvetica design is a classic that has stood the test of time. Neue Helvetica's most recent high-profile use was by Apple in its iPhone devices.



Round Geometric Style Used Circle As A Basis

A B C D E F G H I J K L M N
o p q r s t u v w x y z ! #
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A classic that has
stood the test of time.

A B C D E F G H I J K L M N
o p q r s t u v w x y z !
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MEMOIR

Brand Identity & Packaging Design

02

MEMOIR

custom digital jewelry

EACH PIECE TELLS A STORY





MEMOIR
custom digital jewelry



CREATE
LASTING
MEMORIES
FOR YOUR
LOVED
ONES



LOGO / TITLES

GOTHAM

Gotham is a geometric sans-serif typeface family designed by American type designer Tobias Frere-Jones and released from 2000. Gotham’s letterforms were inspired by examples of architectural signage of the mid-twentieth century. Gotham has a relatively broad design with a reasonably high x-height and wide aperturesSony’s corporate marketing programs.

SECONDARY TITLES & DESCRIPTIONS

DIN

DIN is a realist sans-serif typeface. It was designed in 1995 by Albert-Jan Pool, based on DIN-Mittelschrift and DIN-Engschrift, as defined in the German standard DIN 1451. DIN is an acronym for Deutsches Institut für Normung. It was published by FontShop in its FontFont library of typefaces.

Round Geometric Style Used Circle As A Basis

A B C D E F G H I J K L M N
o p q r s t u v w x y z ! #
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A classic that has stood
the test of time.

A B C D E F G H I J K L M N
o p q r s t u v w x y z !
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

MEMOIR

Brand Identity & Packaging Design

03



MEMOIR

EACH PIECE TELLS A STORY

custom digital jewelry

Add Code to the logo to scan for a dynamic story





LOGO / TITLES

GOTHAM

Gotham is a geometric sans-serif typeface family designed by American type designer Tobias Frere-Jones and released from 2000. Gotham’s letterforms were inspired by examples of architectural signage of the mid-twentieth century. Gotham has a relatively broad design with a reasonably high x-height and wide aperturesSony’s corporate marketing programs.

SECONDARY TITLES & DESCRIPTIONS

DIN

DIN is a realist sans-serif typeface. It was designed in 1995 by Albert-Jan Pool, based on DIN-Mittelschrift and DIN-Engschrift, as defined in the German standard DIN 1451. DIN is an acronym for Deutsches Institut für Normung. It was published by FontShop in its FontFont library of typefaces.

Round Geometric Style
Used Circle As A Basis

A B C D E F G H I J K L M N
o p q r s t u v w x y z ! #
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

A classic that has stood
the test of time.

A B C D E F G H I J K L M N
o p q r s t u v w x y z ! .
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

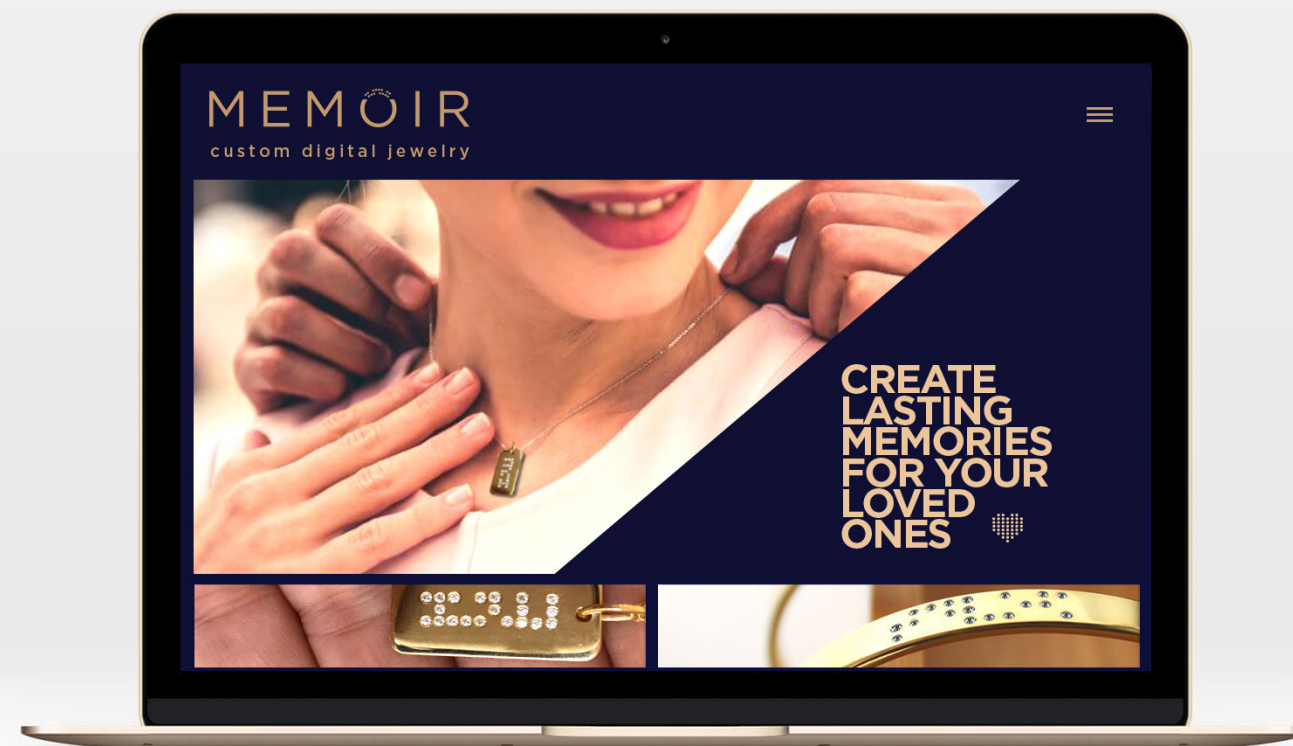
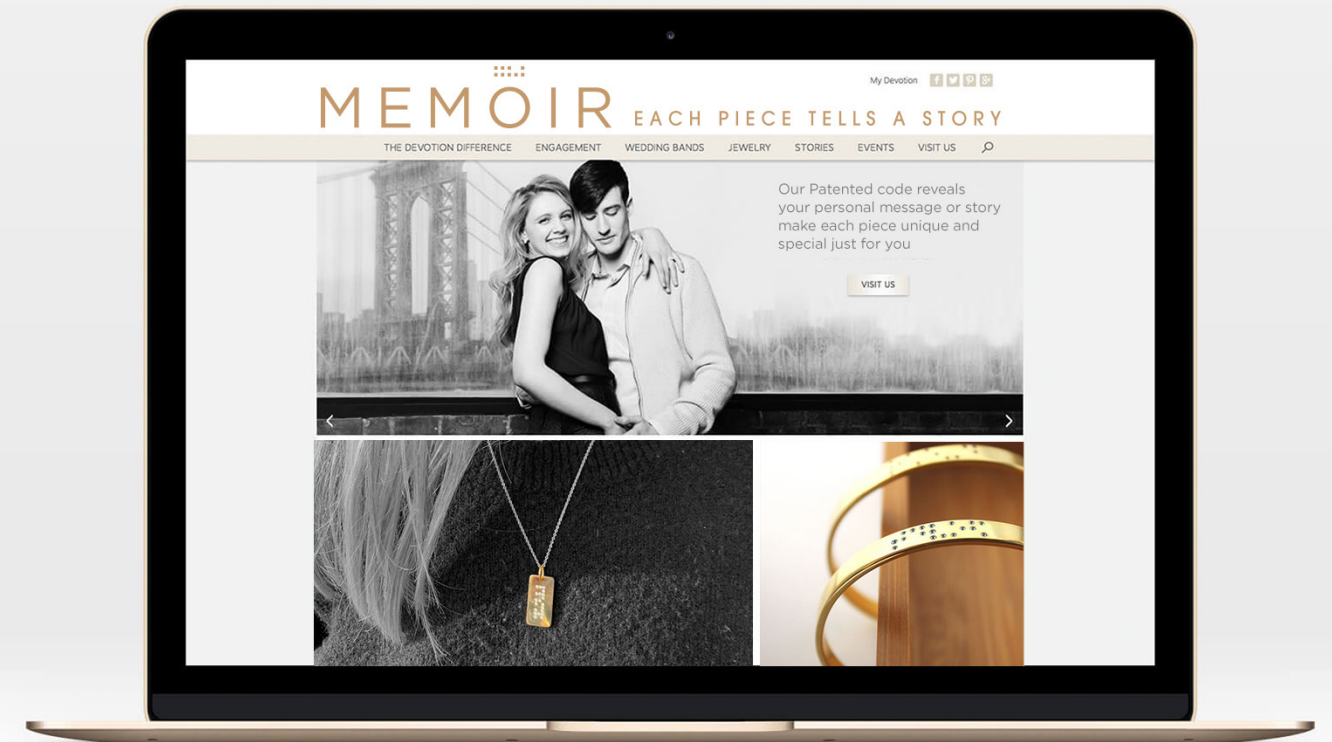
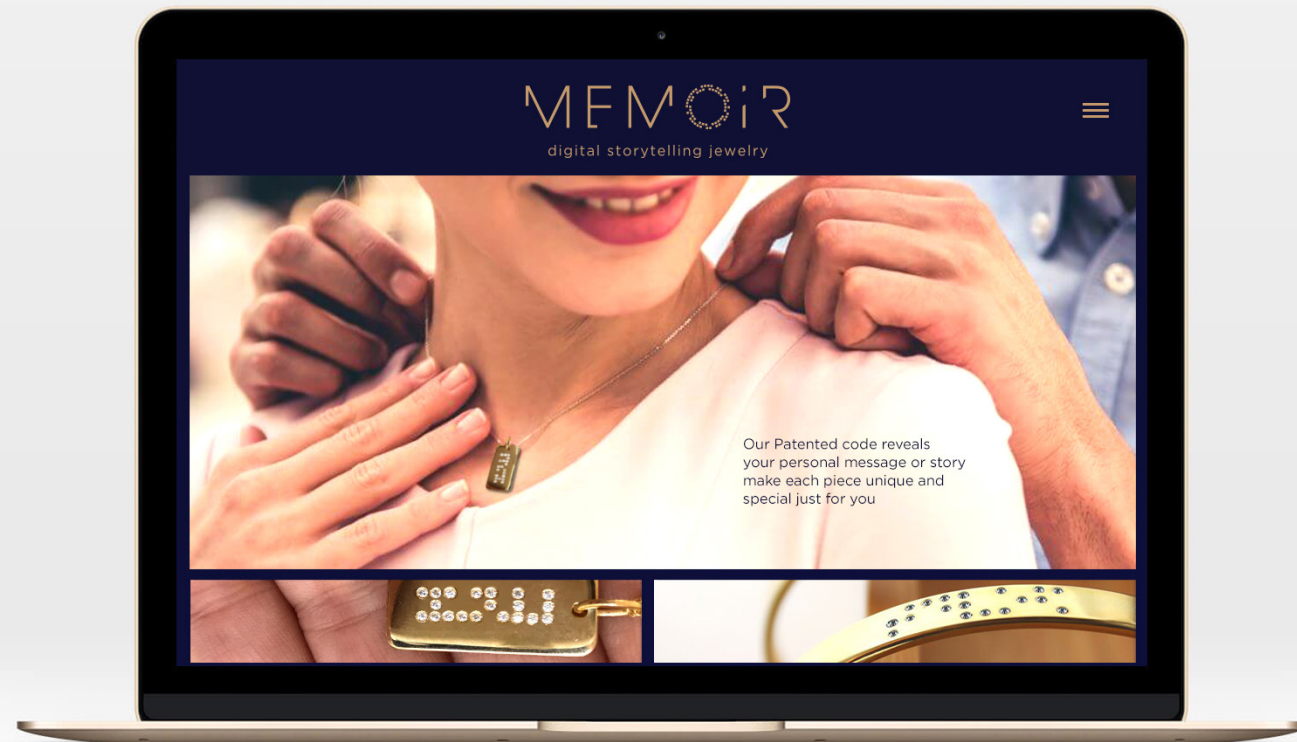


MEMOIR

Brand Identity Creative Concepts

All Options





MEMOIR

EACH PIECE TELLS A STORY

custom digital jewelry

MEMOIR

digital storytelling jewelry

MEMOIR

custom digital jewelry

DA COLONY

WE MAKE A DIFFERENCE

Thank You!

כל הזכויות לרעיונות ועיצובים המוצגים במצגת זו שייכים ושומרים לסטודיו **DA COLONY** תחת חוק זכויות יוצרים וקניין רוחני.
אין להעתיק או להפיץ מצגת זו, העיצוב והמידע שבתוכה ללא אישור מפורש ובכתב מהסטודיו.

© All Rights Reserved to DACOLONY 2020.
Creative Brand Strategy | www.dacolony.com