

KONCEPTBESKRIVELSE



SIDSEL HECKER SKAANES

24/9-2021

PRODUKTBESKRIVELSE OG INDSIGTER

Jeg har valgt at lave en øl dedikeret til Kristi Himmelfart, kaldet "Humlefart". Jeg har valgt at lave denne øl, da der er øl og andre traditioner der hænger sammen med de forskellige højtider, men der faktisk ikke er nogen i forbindelse med Kristi Himmelfart, på trods af, at det er én af de længere "Helligdagsweekender".

Der er påskebryg og påskefrokoster, julebryg og julefrokoster, pinsefrokoster, varme hveder osv. Men intet i sammenhæng med Kristi Himmelfart, udover den kristne sammenhæng, som jeg ikke kommer til at tage udgangspunkt i.

Vi lever i et samfund, hvor folk altid kan finde en undskyldning for at fejre noget og drikke nogle øl med vennerne, så jeg giver egentlig her, en "undskyldning" mere for at komme ud og hygge sig.

INDSIGTER

MIKKELLER: PROFESSIONEL, ANDERLEDES, SIMPEL, HUMOR, GRAFIK, AUTENTISK

NØRREBRO BRYGHUS: STILREN, KLASSISK, PROFESSIONEL, ELEGANT

ANARKIST: HØJTRÅBENDE, ANDERLEDES, AUTENTISK, REBEL

MÅLGRUPPEBESKRIVELSE – PSYKOGRAFISK SEGMENTERING OG MÅLGRUPPE INDSIGTER

Jeg har valgt at fokusere på målgruppen 20-30-årige. Jeg har valgt netop denne målgruppe, da det er dem der fylder mest i bylivet og dem der er et sted i livet, hvor social status og fællesskab fylder rigtig meget. Der er en del følelser der kan spilles på. De er et sted i livet, hvor humor fylder meget i deres normale hverdagsprog.

Humor, ironi og sarkasme bliver flittigt brugt og den generelle jargon mellem jævnaldrene er typisk ikke alt for alvorlig og seriøs. Her ikke sagt, at der ikke er plads til seriøsitet. Denne målgruppe står typisk et sted i deres liv, hvor de har meget at se til, enten med skole, arbejde eller begge dele. Derfor vil jeg tale til deres behov for en pause engang i mellem, deres behov for et fællesskab og deres humoristiske/sarkastiske side.

PSYKOGRAFISK SEGMENTERING

Personlighed: positive, humoristiske, nysgerrige, sociale, fællesskabssøgende, travle.

Social status: studerende, nyuddannede

Kultur: druk, studie, arbejdskultur, humor, ironi, sarkasme.

Hobby: Gaming, film, serier, sport, madlavning, sociale medier, fællesskab, byture, venskaber.

Brandpersonlighed, indsigter, karaktertræk og TOV

Arketype:

Den arketype jeg har valgt at tage udgangspunkt i, er Entertaineren. Grunden til at jeg har valgt netop den er, at den oftest bruges i reklamer og kampagner der er rettet mod det "unge" publikum, da humor taler rigtig meget til dem.

EMOTIONELLE DRIVERE

HVAD DRØMMER DE OM, VIL OPNÅ?

- Fællesskab
- Gode minder
- Nye oplevelser
- Venner
- Fest og farver
- Kærester
- Familie
- En god fremtid (opnå deres mål)
- Social status

HVAD ER DE FRUSTRERET OVER, FRYGTER DE?

- FOMO
- Ensomhed
- Fremtiden (opnå deres mål)
- Social status

EMOTIONELLE TRIGGERE

HVAD ØNSKER MÅLGRUPPEN AT OPNÅ?

- En tryk fremtid
- En familie
- Kæreste
- Et godt job
- God indtægt
- Fællesskab
- Tryk socialt netværk
- Venner
- En masse oplevelser

HVAD UNDGÅR/FRYGTER DE?

- Ensomhed
- Miste venner
- Skænderier
- Dårlige karakterer
- Gøre det dårligt på arbejde

HVILKE FEJL BEGÅR DE?

- Stress
- Presser dem selv for hårdt
- Ligegyldige skænderier

HVAD ER DE ALTID I TVIVL OM?

- Dem selv
- Venner
- Kæresten
- "er jeg god nok?"
- "er det dét her jeg vil"
- "hvad vil jeg med mit liv?"

HVILKE MYTER TROR DE PÅ?

- Slankekurer
- "den der råber højest har ret"
- "Man bliver mere fuld hvis man drikker af sugerør"
- Karakterer betyder alt

BUDSKAB OG STORY

BUDSKAB

- Humlefart hjælper dig med at opnå fællesskab og undgå FOMO.

STORY

Der er påskeæg, påskebryg og påskefrokoster. Der er chokolade-julekalendere, julebryg og julefrokoster. Der er pinsefrokoster. Der er varme hveder. Men hvad blev der af Kristi Himmelfart? Kristi Himmelfart er gået hen og blevet en overset helligdag, selvom de fleste værdsætter den, da man får en ekstra lang weekend. Der er hverken chokolader, øl eller frokoster til den stakkels helligdag. Derfor introducerer vi nu "Humlefart". Humlefart giver dig endnu en (god) undskyldning for at komme ud og hygge dig med venner eller familie. Humlefart giver dig endnu en (god) undskyldning for at lægge skole eller arbejde til side for en dag, for at tænke lidt på dig selv. Humlefart hjælper dig af med FOMO'en og giver en hjælpende hånd til en god gang 'humlehygge'. Det eneste du skal gøre, er at læne dig tilbage, åbne dåsen og nyde din Kristi Himmelfarts ferie. Man behøver ikke være kristen for at nyde denne lille perle af en miniferie. Alkohol er ikke et must for at kunne hygge sig, men 'humlehygge' er svært uden humle. Alle har brug for en lille pause en gang i mellem, så hvorfor ikke også dig?

MOODBOARDS

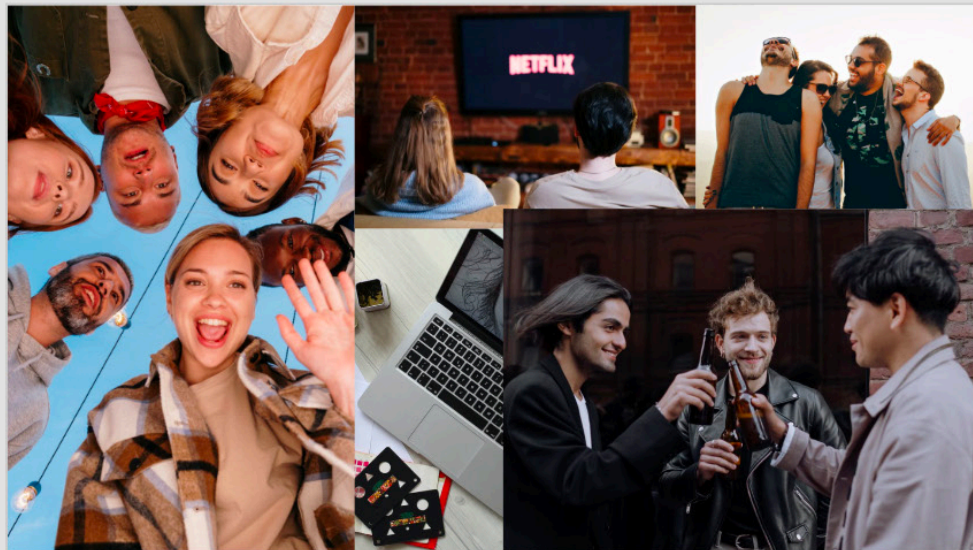
Produkt



Brandpersonlighed



Psykografisk



Samlet



STYLETYPE

DET HER ER EN OVERSKRIFT

Amatic SC Bold 700 55px

DET HER ER EN UNDER-OVERSKRIFT

Amatic SC Regular 400 45px

Det her er min brødteskst. En simpel sans-serif der hedder 'Open Sans'

Open Sans Regular 400 16px

KNAP

OBS OBS OBS

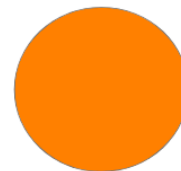
Jeg har ikke givet nogle af mine fonter eller knapper farver her, da de kommer til at stå i forskellige farver på siden.



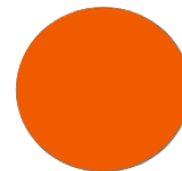
#5F0F40



#9A031E



#FB8B24



#E36414



#0F4C5C

Inspiration



Adjektiver

SJOV

FARVERIG

AUTENTISK

JORDNÆR

LOGO

Jeg har lavet et meget simpelt logo. Mine ambitioner med siden er, at den gerne må blive en anelse "højråbende", derfor var det vigtigt for mig, at Logoet blev relativt simpelt, men at de fleste af farverne jeg vil bruge, blev repræsenteret.

Jeg har valgt at lave en trekant i midten af logoet. Dette har jeg gjort for at symboliserer dét som Kristi Himmelfart "egentlig" handler om, men meget diskret, da jeg ikke vil have fokus på det religiøse aspekt i helligdagen.

Jeg har valgt at gøre brug af en anden font, end man finder andre steder på siden. Dette har jeg gjort, for at logoet nemt skiller sig ud, fra resten af sidens indhold, da det er logoet man skal huske. Jeg har valgt netop denne font, da er lidt højråbende, let læselig og meget anderledes.

Jeg kommer til at have fokus på grafik på min side, fremfor video og billeder. Jeg har valgt dette, da jeg kan se det bliver mere og mere populært hos øl producenter at gøre, som f.eks. hos Mikkeller.

