

NUEVA CREMA DE CACAO

taste[®]

Carmen suárez



CREACIÓN DE NAMING Y ESLOGAN

Análisis

El oso: Asociado a la fidelidad y nobleza, se puede interpretar como la capacidad de regular la propia vida, especialmente la vida emocional. Son dulzones y golosos, les encanta la miel.



Sherlock: La serie sigue los pasos del excéntrico detective Sherlock Holmes junto a su compañero el doctor John H. Watson, en su búsqueda por resolver los brutales crímenes que se van desarrollando. Durante el paso de las temporadas el espectador irá desarrollando diferentes emociones. Es una serie brillante para hacer maratones cuando se tiene tiempo.



Bélgica: Se considera la Capital Mundial del Chocolate. Desde que Jean Neuhaus, un chocolatero de Bruselas, inventó el praliné hace 100 años, la ciudad ha estado a la vanguardia de la industria. Son muchos los que dicen que ahí se encuentra el mejor chocolate del mundo.



Nestlé: Es una de las empresas multinacionales de alimentos más grandes del mundo. Ahí se encuentran grandes marcas como Nespresso, KitKat o Nesquik, todas ellas buenas aliadas de taste.



CREACIÓN DE NAMING Y ESLOGAN

Definición

MAGO: Juega con la transformación de la realidad, la innovación y la creación de ideas disruptivas. Genera emociones y sorpresa. Siempre que puede te pilla desprevenido.

Construcción



Naming

TASTE: Significa gusto en ingles y quería que el nombre reflejara la esencia de la marca. El usar todos los sentidos. Como se trata de una crema de cacao, el gusto tenía que ser protagonista.

Eslogan

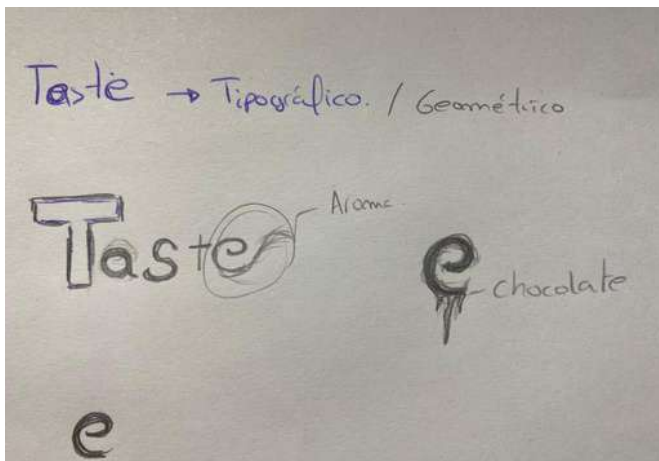
EL RETO DEL SABOR

LOGO



taste taste

BOCETOS



taste taste
taste
taste

taste taste
taste

¿QUÉ ES TASTE?

El chocolate en si puede despertar un campo de aromas muy amplio. Ácido, amargo, dulce... Se asocia sobre todo a momentos felices y todo el mundo merece volver a esos momentos. Taste consiste en una marca de crema de cacao pensada en todos aquellos que carecen de algún sentido o parte de alguno de ellos, principalmente el olfato o gusto. Quiero potenciar el resto, creando una experiencia gustativa única. El sentido del gusto es de los más importantes que tenemos. Recordamos el 1% de las cosas que tocamos, el 2% de lo que oímos y vemos. Sin embargo, es el 15% de lo que saboreamos y el 35% de lo que olemos.

El chocolate es maleable, se pueden hacer muchos juegos de sabores y de texturas. También es un elemento cultural, tiene emociones asociadas. Ya no estamos hablando de gustos, estamos hablando de personas. Ya que son muchos los que no pueden disfrutar de estos sabores tan exquisitos, démosle la oportunidad al resto de sentir y valorar el verdadero chocolate.

Tras hacer un estudio exhaustivo, he podido hacer una selección de sabores en función de lo que la gente asocia comúnmente con el chocolate. La esencia de esta marca consiste en lograr hacer una especie de personalización del sabor, jugando con las experiencias de la gente. Estamos creando con la boca vendada y pensando en los sentidos que nos transmite, usando olores y texturas.

SABORES:

VERNAO

Chocolate y cítricos: Una de las parejas mejor aceptadas de la repostería clásica. Naranja, en sus distintas variedades, mandarina, la lima o el limón, que 'funcionan' muy bien con el chocolate blanco.

NAVIDAD

Chocolate y Turrón: Una masa dulce obtenida por la cocción de miel a la que incorporaremos almendras peladas y tostadas sin triturar del todo.

Chocolate y Caramelo: Otro clásico. Cremoso, pero dejando ver la mezcla (similar al chocaleche de nocilla)

MONTE Y CAMPO:

Chocolate y Frutos secos: Un sabor mantecoso y una textura suave, terrosa y tierna. Jugaremos con el aroma petricor en el envase ya que es arriesgado usar esa esencia en el contenido.

Chocolate y canela: Dulce y leñoso, dejando el aroma potente de la canela.

TIENDA FÍSICA DE LA MARCA

Inspiración

Cereal Hunters

Localización



Madrid es la capital de España y es donde se encuentra la principal concentración de negocios del país. También destaca por el mayor acceso a clientes potenciales' (74,73%), 'buen acceso a fondos o financiación' (36,81%) y 'Seguridad' (34,07%).

Descripción física

Consistirá en una experiencia, tendrá un aroma a chocolate recién hecho y una estética muy cuidada con muchos tipos de chocolates. Podrás ser partícipe de una cata a ciegas, nos explicarás las sensaciones que te transmite el chocolate y a que lo asocias. Te aconsejaremos, te taparemos los ojos y pondremos música. Se trata de despertar todos tus sentidos, mientras sientes el chocolate de verdad.

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO

Insight

"El chocolate da la felicidad"

El chocolate tiene un poder muy grande y es que está asociado a emociones, especialmente a emociones felices. En un mundo donde nos rodea tanta injusticia es un alivio saber que existen productos como el chocolate que nos proporcionan esos momentos de paz y felicidad. Es considerado casi como un elemento cultural.

Concepto

"Despertar los sentidos"

Nunca pensamos en cómo pueden llegar actuar los demás sentidos, nos centramos en uno y olvidamos el resto. La sensación que se te queda cuando comes algo bueno no tiene precio. Quiero potenciar todos los sentidos. Todo cuenta, desde como huele hasta lo que podemos llegar a oír si nos concentramos en el sabor. Con los alimentos podemos transportarnos a donde queramos, solo tenemos que sentirlo.

Claim de campaña

"Otras formas de sentir"

Con esta campaña quiero visibilizar los trastornos del sabor, ya que apenas se sabe de ellos. Me dirijo a la gente, para recordarles que son muchos lo que no pueden disfrutar de los pequeños placeres como es la crema de cacao y el chocolate. Los pacientes que carecen de estos sentidos, necesitan otras formas de sentir los alimentos porque si no, el mero hecho de comer es un reto odioso.

CREATIVIDAD

OTRAS FORMAS DE SENTIR



taste