

Brend menadžment: projektni zadatak

Tema: Razvoj brend identiteta za novi brend proizvoda robe široke potrošnje

Studenti u timovima (3–4 člana) rade na razvoju brend identiteta za novi brend. Tokom sedam nedelja na vežbama obrađuju sve elemente koji čine brend identitet i kreiraju finalni **Brand Book**, u formi prezentacije (.ppt).

Predlozi proizvoda (kategorije):

- Sok / piće (bezalkoholno, alkoholno)
- Čaj / funkcionalno piće
- Čokolada / energetska pločica
- Pasta za zube / prirodna kozmetika / sapun / dezodorans / krema za ruke
- Deterdžent / proizvod za čišćenje doma
- Jogurt / biljni napitak
- Proizvod od meda / džem / namaz
- Grickalice / proteinske kuglice
- Brend kafe / instant kafe
- Jaja / proizvodi za ishranu

Kriterijumi za ocenjivanje

1. **Analiza** - 20%
2. **Kreativnost i inovativnost** - 20%
3. **Konzistentnost identiteta** (usaglašenost verbalnog, vizuelnog i pozicioniranja) - 20%
4. **Rešenje - dizajn, stil, struktura** - 20%
5. **Timska saradnja i prezentacija** – 20%

Zadaci i isporuke po nedeljama

Nedelja	Tema	Zadaci	Isporuke
1	Uvod i izbor proizvoda/brenda	• Odabrati kategoriju i konkretan proizvod (novi ili postojeći). • Obrazložiti izbor i definisati osnovni cilj brenda (zašto je zanimljiv/pogodan za projekat). • Definisati ciljeve brenda (šta želi da postigne).	Kratka prezentacija brenda
2	Analiza tržišta i konkurencije	• Istražiti kategoriju u kojoj brend posluje. • Identifikovati glavne konkurente i analizirati njihov brend identitet (logotip, poruka, vizuelni stil, pozicioniranje).	Tabela sa poređenjem konkurenata + kratka analiza (SWOT ili perceptualna mapa)
3	Potrošači i ciljna grupa	• Definisati primarnu i sekundarnu ciljnu grupu (po kriterijumima). • Napraviti <i>Buyer Persona</i> (profil potrošača).	2–3 profila potrošača

Nedelja	Tema	Zadaci	Isporuke
4	Vrednosti i misija brenda Pozicioniranje brenda	- Definisati misiju, viziju i vrednosti brenda. - Formulisati ključne koristi brenda (funkcionalne, emocionalne, socijalne). - Definisati Izjavu o pozicioniranju brenda. - Identifikovati obećanje brenda (<i>Brand Promise i Reason to Believe</i>).	Tekstualno obrazloženje Izjava o pozicioniranju
5	Verbalni identitet	- Razviti brend ime (ako je novi brend) ili unaprediti postojeće. - Definisati slogan (<i>tagline</i>). - Kreirati “ton brenda” (<i>Brand Voice & Tone</i>).	Predlog imena, slogana, primera poruka
6	Vizuelni identitet (osnove i primena)	- Definisati glavne boje, tipografiju, stil fotografija/ilustracija. - Osmisliti pakovanje i definisati sve njegove elemente. - Razviti primenu (na društvenim mrežama i promo materijalima).	“Moodboard“+ primarni vizuelni elementi. Pakovanje. Primeri primene – makete ili digitalni prikazi.
7	Iskustvo brenda	- Definisati kako brend gradi iskustvo (kupčev put, tačke kontakta). - Predložiti konkretne aktivacije.	Kupčev put Plan aktivnosti