



## LYHYESTIMEISTÄ

Vaganza on kolmen suunnittelijan perustama bränditoimisto, joka on keskittynyt tekemään kolmea asiaa hyvin: strategioita, visuaalisia ilmeitä ja viestintää. Me uskomme luoviin ideoihin, jotka kumpuavat asiakkaan brändin ytimeistä. Ideoihin, jotka herättävät tunteita, tulevat huomatuiksi, nousevat puheenaiheiksi ja ovat liiketoiminnalle hyväksi. Olemme osana asiakkaan haluamaa tulevaisuutta. Se tulevaisuus syntyy vahvasta tarinasta, merkityksellisestä visuaalisuudesta ja ennen kaikkea konkreettisista teosta, joita voi tuntea, koskettaa ja kokea.

## YRITYKSEN PERUSTAJAT JA PÄÄSUUNNITTELIJAT

Jokainen työ saa taakseen kokeneen pääsuunnittelijan sekä yhteistyöverkoston, joka laajenee tarpeiden mukaisesti.

### MEIDÄN PALVELUT:

Brändistrategia / Brändin nimeäminen / Visuaalinen ilme / Verkkosivujen ulkoasu / Pakkaussuunnittelu / Messuosastot / Kampanjasuunnittelu / Painotuotteiden suunnittelu / Digimateriaalien suunnittelu

### YHTEISTYÖKUMPPANEILTAMME SAAT:

Videotuotanto / Valokuvaus / Koodaus / Copywriting / Teksti- ja sisältösuunnittelu / Painotuotteet / 3D-mallennus / Kuvitus / Digimarkkinointi



1. Brändistrategia
2. Visuaalinen ilme
3. Jatkuva brändin kehitys

## BRÄNDISTRATEGIA

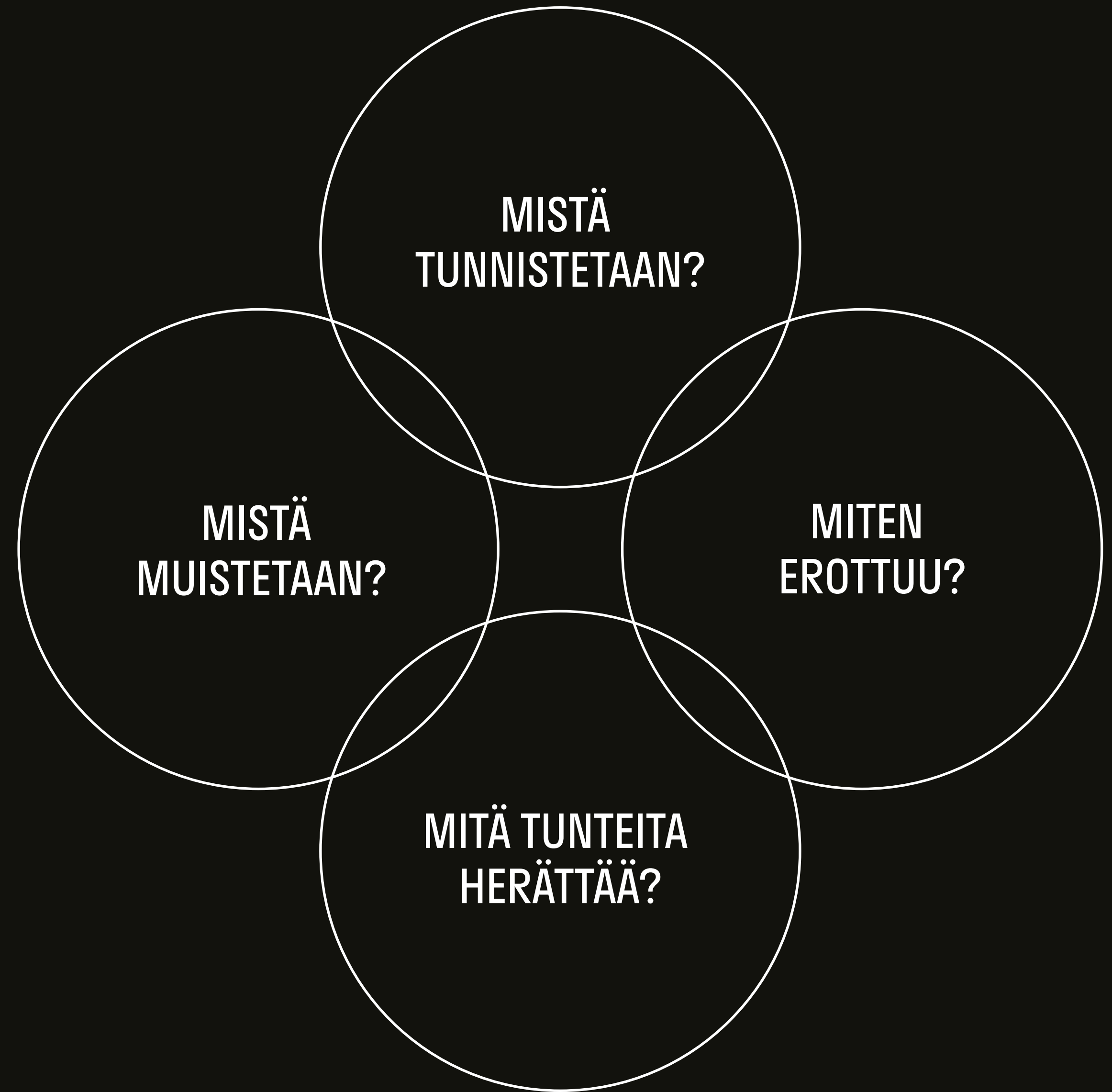
Brändistrategia on perusta brändin luomiselle. Se parantaa mahdollisuuksiasi menestyä markkinoilla ja antaa syyn valita juuri sinut kaikista vaihtoehtoista.

Visuaalinen ilme on järjestelmä, jossa kaikella näkyvällä on paikkansa. Se on merkittävin keino brändin tunnistettavuuden luomisessa ja pohja johdonmukaisen viestinnän tekoon. Onnistunut ilme tiivistää brändin strategian visuaaliseen muotoon ja tehostaa kaikkea viestintää.

Brändi kehittyy koko ajan, halusit sitä tai et. Siksi on tärkeää, että brändi pidetään oikeassa suunnassa kaikissa vaikutuspisteissä ja sitä kehitetään rohkeasti eteenpäin pitkällä tähtäimellä.

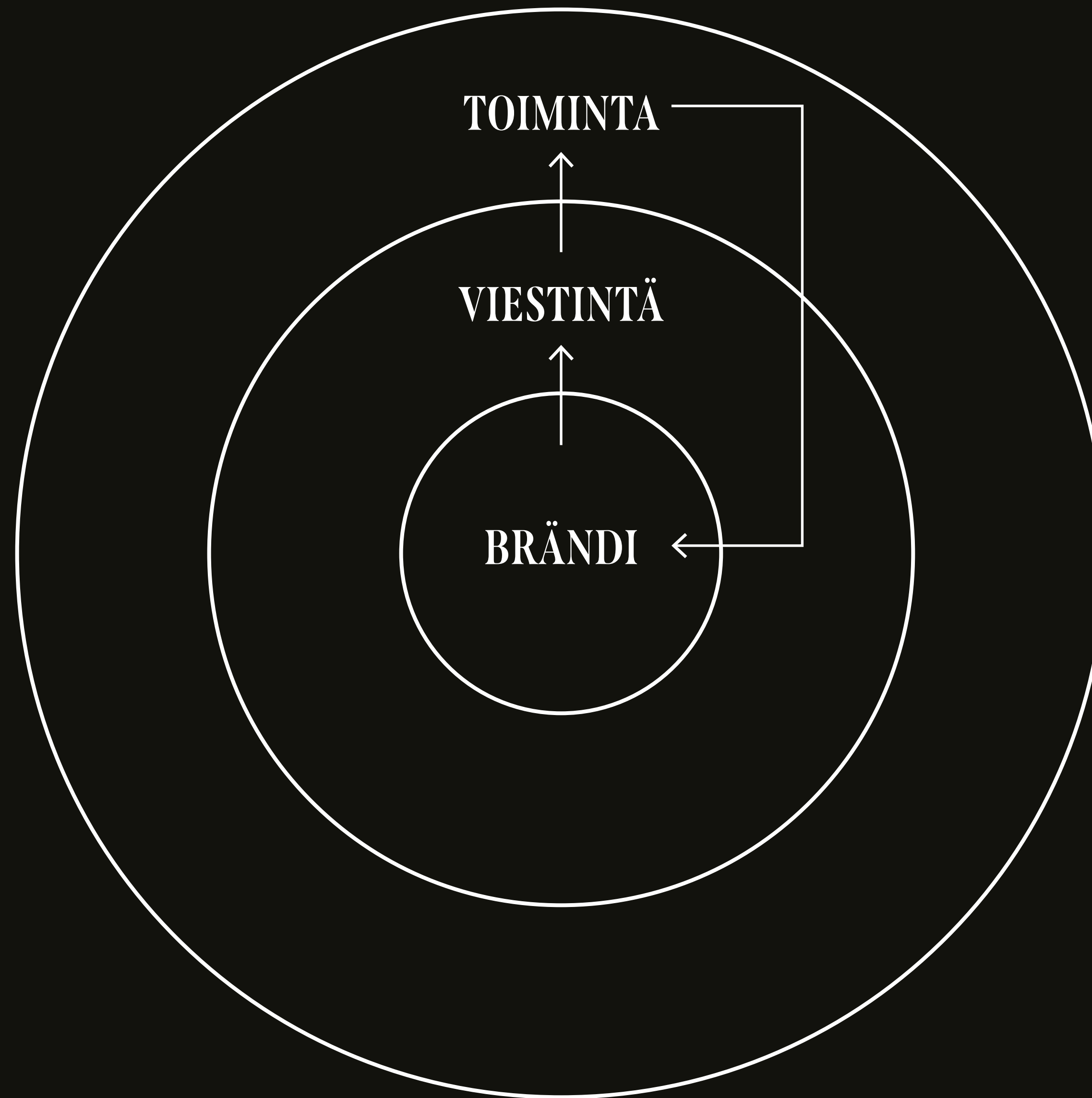
METODI

# Ole omaa luokkaasi™



VAIKUTUS

# The Great Brand loop



MIKÄ BRÄNDI ON?

Brändi on tunne jostakin  
yrityksestä, palvelusta tai  
tuotteesta.

## Brändin tunnettuus

Kuinka hyvin kuluttajat tunnistavat ja muistavat brändin.

## Brändin koettu laatu

Asiakkaan käsitys brändin tuotteiden tai palveluiden laadusta.

## Brändin assosiaatiot

Mielikuvat ja uskomukset, jotka kuluttajilla on brändistä.

## Brändin lojaalisuus

Asiakkaan sitoutuminen brändiin ja halukkuus jatkaa sen käyttöä.

## BRÄNDIN MÄÄRITELMÄ

### Tekninen

Mitä materiaaleja käytetty? Minkä muotoinen se on? Paljon se maksaa?

### Funktionaalinen

Mitä sillä tehdään? Miten se auttaa minua? Miten kauan se kestää käyttöä?

### Emotionaalinen

Mitä omistaminen kertoo ostajasta muille? Miltä se saa ostajan näyttämään? Miltä omistaminen tuntuu? Onko ostaja ostamisen myötä osana jotakin heimoa?

MITÄ ON BRÄNDÄYS

BRÄNDÄYS MÄÄRITELMÄ

# Erilaistamisen taidetta

## BRÄNDÄYS MÄÄRITELMÄ

Brändäys on brändin tulkitsemista oikeaan muotoon kaikille aisteille. Brändäyksellä pyritään rakentamaan yrityksen itsensä haluamaa mielikuvaa ja identiteettiä. Siinä kaikilla yrityksen ihmisillä ja teoilla on osansa. Onnistunut brändäys erilaistaa ja luo aidon merkityksellisen yhteyden yrityksen ja asiakkaan välille.

## ERILAISTAMISEN VAIHEET

1. Ymmärrä kilpailutilanteesi
2. Määrittele erilaistava ideasi
3. Tee erilaistavasta ideastasi uskottava
4. Tee maailma tietoiseksi erilaistavasta ideastasi

MITÄ TUNTEITA HERÄTTÄÄ?



**ABLOY**



MITÄ TUNTEITA HERÄTTÄÄ?



MITÄ TUNTEITA HERÄTTÄÄ?

1. Saksa

2. New York

3. Coober Pedy

- Mikä brändisi on
- Mikä on brändisi tehtävä
- Mikä on brändisi tarkoitus
- Kenelle brändisi on
- Brändin visio
- Brändin ydinviestit
- Viestinnän tyyli

=

BRÄNDIN  
TARINA

MITEN KILPAILUETU  
LUODAAN?

KILPAILUETU

1. Erilainen
2. Erikoistunut
3. Edullisempi

ERILAINEN

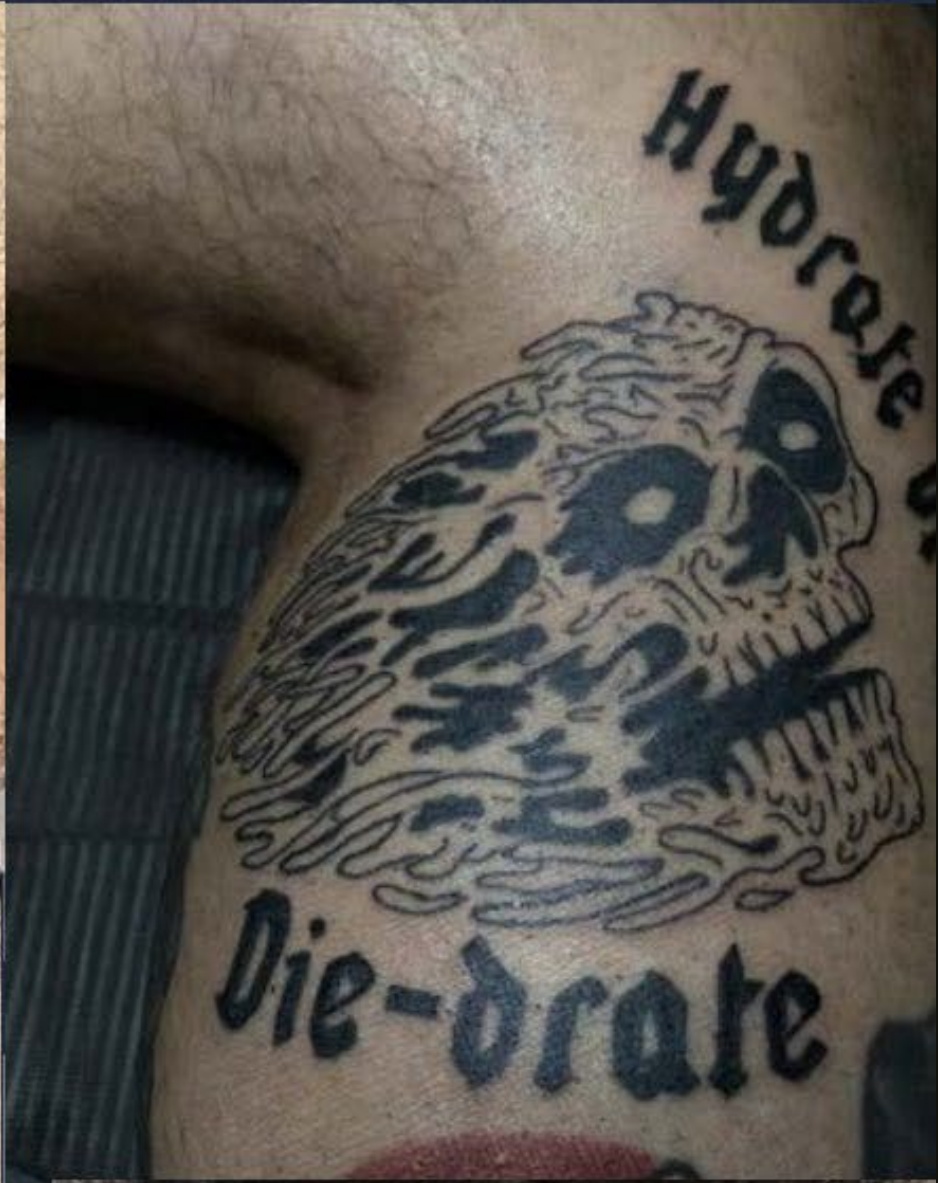


ERILAINEN



ERILAINEN





# OUR VISION IS 100% SLAVE-FREE CHOCOLATE

Not just our chocolate,  
but all chocolate worldwide.



The more people who join our  
mission and share our story,  
the sooner 100% slave free  
becomes the norm in chocolate.

**The choice is yours. Are you in?**

# OUR SOLUTION

**Our mission is to end exploitation in the chocolate industry. But how are we going to get there? Well, it won't be easy. But we can get there, step by step. And the first step is to rethink the way we do business with cocoa farmers. One way we do this is with our 5 Sourcing Principles..**

**TRACE-  
ABLE  
COCOA  
BEANS** 

**A**   
**HIGHER  
PRICE**

**+**

**STRONG  
FARMERS** 

**+**

**THE  
LONG  
TERM** 

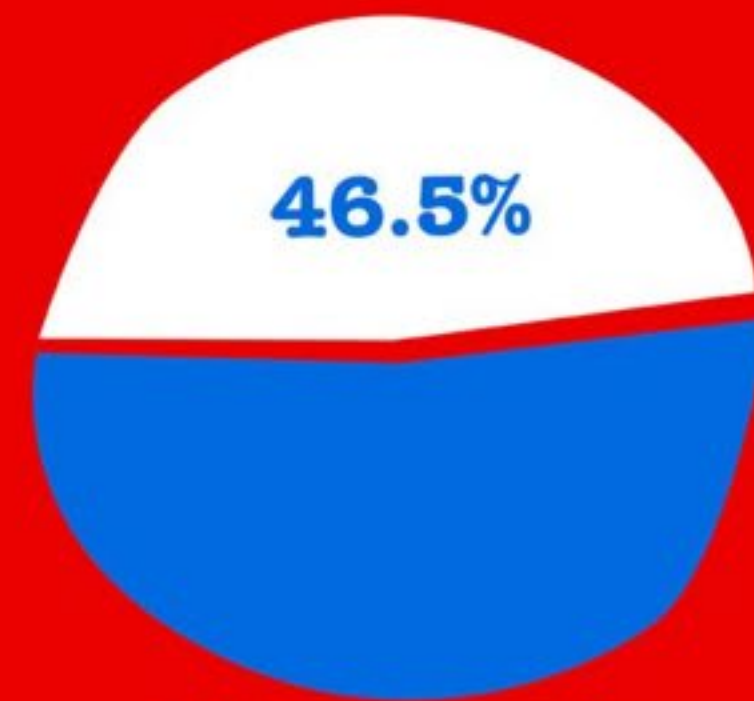
**+**

**IMPROVED  
QUALITY  
AND  
PRODUCTIVITY** 

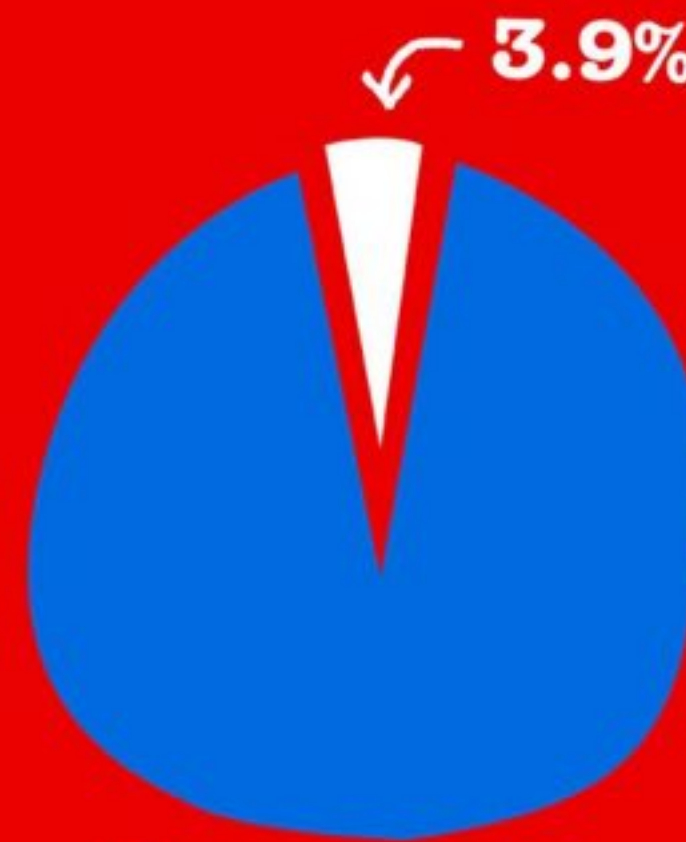
# FINDING CHILD LABOUR IS A GOOD THING

because then we can help sort it

child labour cases  
in the cocoa chain:



industry  
average



Tony's long  
term partner  
co-ops

ERILAINEN



ERIKOISTUNUT

**ketoinen**<sup>®</sup>  
fueling goodness



ERIKOISTUNUT

1. Viljaton
2. Proteiinia
3. Pakaste



ERIKOISTUNUT

Ketoinen on lähtenyt nopeasti kasvuun ja tähtää jo kansainvälisille markkinoille sekä Euroopan johtavaksi vatsaystävällisten tuotteiden brändiksi.



EDULLISEMPI

K-Menu-tuotteet ovat laadukkaita ja arkeen sopivia perustuotteita. Valikoimassa on yli 200 tuotetta.



KUINKA LISÄÄT ARVOA?



- Tunnista asiakkaasi ongelma
- Kerro heille suunnitelmasi
- Kuvaaile onnistunut loppu  
asiakkaasi tarinaan

Monet ihmiset saavat vatsan väänteitä leivästä ja siksi välttelevät sitä. Tätä varten kehitimme leivän jossa ei ole ainesosia, jotka saisivat vatsan kipeäksi. Näin asiakkaamme ovat saaneet maukkaan leivän takaisin ruokapöytäänsä ilman pelkoa kivuista.



Rahoittaja

Jatkuvan oppimisen ja  
työllisyyden palvelukeskus

**Riveria koulutuspalvelut oy**

