

# Ice Island 冰之島

## 品牌提案

設計團隊-鍾京燕、邱顯宏、鄭伊涵、許惇惠

# 相關品牌LOGO



# SWOT分析

## 優勢

自有水果生產  
來源，具有販  
售商品經驗。

## 劣勢

品牌目前尚無  
知名度。

## 機會

捲筒脆片紙的  
變化，增加品  
牌出現率。

## 威脅

市場上已有許  
多相關性的知  
名品牌。

# 品牌關鍵詞



幸福



健康



快樂

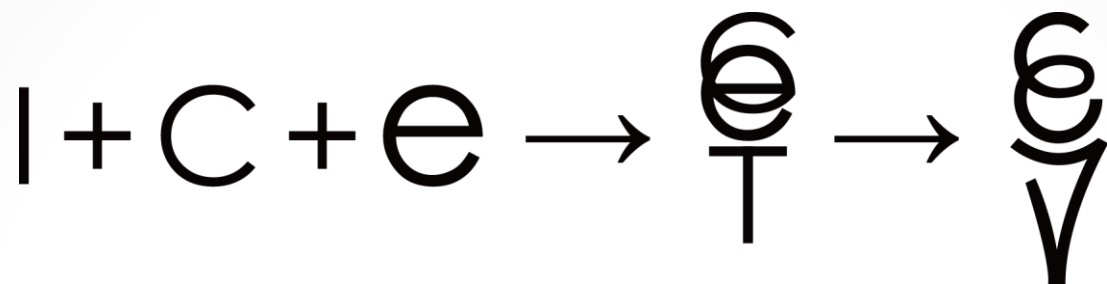
# 風格確立



熱帶南洋風  
繽紛、舒適慵懶

# 設計提案A





將字母轉換為圖像，上方的曲線代表著兩個人共享的概念，下方甜筒的部分亦可以視為很開心微笑的嘴巴，想傳達給大眾此品牌將美味、健康、新鮮的冰淇淋與您分享，希望購買者能夠吃得健康又開心，當這兩者具備時也能夠感受到生活中的小幸福。



C71M27Y45K0  
R76G154B149  
#4C9A95



C4M23Y56K0  
R252G211B126  
#FCD37E





100%



90%



80%



60%



50%



30%



20%



冰之島



Ice Island



冰之島 Ice Island

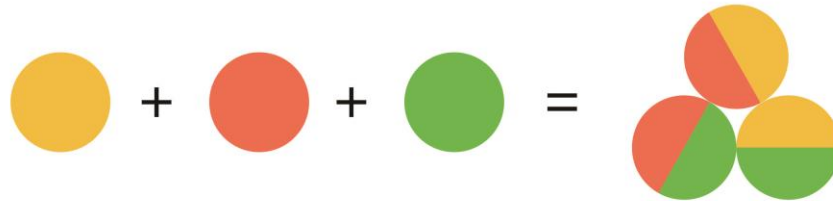
冰之島



Ice Island



# 設計提案B



開心 + 幸福 + 健康 = 冰之島

以店內主打的球狀冰淇淋商品的外型為主，搭配上分別代表三種不同元素的冰淇淋球，用層疊的方式表現出，只要來冰之島，就能夠帶給顧客開心、健康以及幸福感。





100%



90%



80%



60%



50%



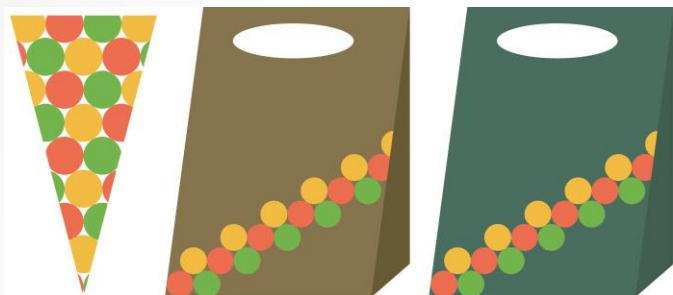
30%



20%







# 行銷策略

- 開店初的行銷活動
  1. 試吃活動，可鎖定中午休息時間的上班族群為主，並評估每個口味的回客率。（每日試吃口味固定，隔日再行變化）
  2. 優惠券下載，利用不同的優惠吸引客戶購買，並提升知名度
- 針對冬季行銷量下降問題
  1. 利用冬季節日(如聖誕節、跨年等)，推出買一送一活動。
  2. 固定折扣日，每月月初推出折扣活動。
  3. 可設定特定季節口味限定。



-END-