

## ბრიფი #1: საოჯახო სასტუმრო სვანეთში “ზენა”

### ზოგადი ინფორმაცია:

შექმენი 3 საკომუნიკაციო მესიჯი და თითოეულისთვის თითო პოსტის ქოფი საოჯახო ტიპის სასტუმროსთვის, რომელიც მდებარეობს სვანეთში, ტყის პირას, ბუნებრივად იზოლირებულ და მყუდრო გარემოში. სასტუმროს აქვს 5 კოტეჯი, ერთ-ერთს კი ემატება კერძო აუზი ხედიტ მთებზე.

### სეგმენტი / სამიზნე აუდიტორია:

20-35 წლის ახალგაზრდები - მეგობრები და წყვილები, რომლებიც ეძებენ აქტიურ დასვენებას, ბუნებასთან სიახლოვეს და ავთენტურ ადგილობრივ გამოცდილებას. მნიშვნელოვანია კომუნიკაციაში იგრძნობოდეს თავისუფლების, თავგადასავლისა და სიმშვიდის შეგრძნება.  
tone of voice: მეგობრული, უშუალო, თბილი. აუცილებელია ავთენტურობის შენარჩუნება, არ უნდა იყოს ზედმეტად კომერციული ან სტანდარტული.

გაიზარდოს ცნობადობა და სასტუმრომ მოიზიდოს შესაბამისი სეგმენტი

## ბრიფი #2: პრემიუმ სეგმენტის ღვინო „მემკვიდრე“

შექმენი 3 საკომუნიკაციო მესიჯი და თითოეულისთვის 3 პოსტის ქოფი

### ზოგადი ინფორმაცია:

„მემკვიდრე“ არის პრემიუმ კლასის ქართული ღვინო, რომელიც მზადდება კლასიკური ტრადიციული წესით. ვენახები 50 წლისაა. კომპანია აწარმოებს წითელ და თეთრ ღვინოებს, ასევე 3 განსხვავებულ ბლენდს. პროდუქტი იყიდება ძირითადად 8000 მოსავალში და HORECA-ს სივრცეებში. ბრენდის კონცეფცია ეფუძნება ვენახს - როგორც საქართველოს მემკვიდრეობისა და კულტურის სიმბოლოა. საქართველოს ისტორია იწერებოდა როგორც მახვილით, ისე კულტურის შენარჩუნებით, რისი სიმბოლოც ვენახია.

### სეგმენტი / სამიზნე აუდიტორია:

- 25 - 40 წლამდე, პრემიუმ პროდუქტის მომხმარებლები
- ღვინის მცოდნეები, გურმანები, და იმპორტიორები
- რესტორნების მენეჯერები, სომელიეები, ბარის მფლობელები
- მომხმარებლები, რომლებსაც იზიდავთ კულტურული ღირებულება, ღრმა ისტორია და მაღალი ხარისხი.

### მიზანი:

გაიზარდოს ბრენდის ცნობადობა და გაყიდვები, განსაკუთრებით HORECA არხზე.