

Produktsemiotik

Branding/campaign

En kampanjidé som utmanar en social/kulturell norm och som strävar efter att ändra människors beteende.

Vi har valt att jobba med den svenska fikakulturen. Fikan sitter djupt i den svenska kulturen och det tas nästan för givet att man tar en kaka till kaffet om det bjuds. Ibland kan det bli en grej om man avstår från att ta en kaka. Det skapar ett slags grupptryck som gör att man kan känna sig tvingad att ta en kaka för att inte verka märkvärdig.

Så vår tanke var att skapa en kampanj som gör det lättare att avstå från kakor vid fikandet på en arbetsplats.

Målgruppen vi har valt att rikta in oss på är olika typer av arbetstagare som brukar vistas i de gemensamma fika/lunchrummen på sitt företag.

Avsändaren är tänkt att vara arbetsgivare tillsammans med en eventuell cateringfirma. I det här fallet den fiktiva firman *FRUKT & KAKA*.

Vårt nudge-verktyg är en kakburk med en fruktskål som lock. Detta gör att man måste flytta på fruktskålen för att komma åt kakorna.

Det blir smidigare att ta en frukt istället för en kaka. Samtidigt så förbjuder man inte kakor för de som fortfarande vill ha det.

Detta kommer även leda till att de som vanligen äter kakor får upp uppmärksamheten för fruktskålen. Nu kan man inte längre undvika fruktskålen och gå direkt till kakburken. Nu blir att äta kakor ett aktivt val, medan att ta en frukt blir mer passivt och naturligt.

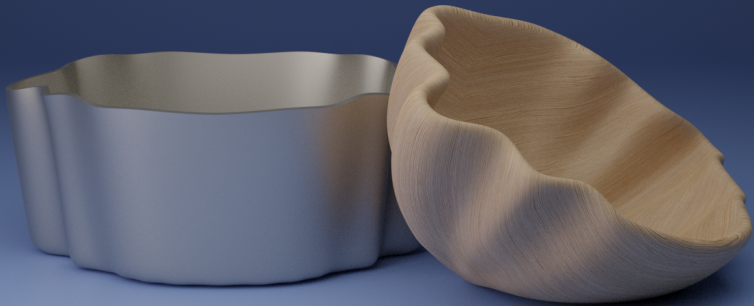


En fruktskål för din hälsa!

Vår nudging device – en kakburk med lock i form av en fruktskål.



Fruktskålen är gjord i massivt trä med en botten som gör det omöjligt att ställa ner den utan att innehållet trillar ut. Skålen blir tung och otymplig att hantera.



Ljust trä som möter rostfritt stål ger en känsla av kvalitet och passar in i de flesta miljöer. Förutom att vara funktionell så verkar utformningen av skålen som en trevlig skulptur och inredningsdetalj på kontoret.



I den undre delen ligger kakorna. Ovanpå ligger det en fruktskål för att uppmuntra till att ta en frukt.