

Бриф для проекту «Molfaria Magic»

Ціль

Створити веб-магазин, який відображає магічну атмосферу бренду, включає широкий асортимент товарів, історію бренду, а також інформацію про живий магазин у Норвегії. Веб-магазин має працювати 24/7, а також містити робочі години фізичного магазину.

Аудиторія

Цільова аудиторія — це люди, цікавіся магією, езотерикою, духовним розвитком, природними та органічними продуктами, а також естетичним дизайном. Вони шукають унікальні, магічні речі, які мають глибокий зміст і зв'язок з природою.

Що потрібно зробити

- **Асортимент товарів:**
 - Продажі в магазині: чотки, бусини дзи, благовоння, кристали, сухі трави, блокноти, мітли, кольця (великий асортимент з Непалу), свічки, карти.
 - Авторська продукція Molfaria Magic: карти, свічки, блокноти, талісмани, органічні мазі, мазі (індивідуальні), мішечки зі зборами трав, подушки з пахучими травами, мило ручної роботи, варення, чаї, сіль з пелюстками квітів, баночки бажань.
 - Додатково: античні дзеркала, латунні підсвічники.
- **Історія бренду:**
 - Додати сторінку «Історія Molfaria Magic», яка включає текст Наталії про її духовний шлях, поєднання України і Норвегії, створення бренду, місце істинної магії.
- **Живий магазин:**
 - Додати інформацію про магазин «Імперія Магії» у Норвегії:
 - Адреса.
 - Робочі години (наприклад, з 10:00 до 17:00).
 - Приклад тексту: *«Відчуйте магію наживо. Завітайте до нашого магазину «Імперія Магії» в Норвегії — місце, де особливі речі знаходять саме своїх людей.»*
- **Дизайн:**
 - Використання темних і світлих заставок. Порівняння варіантів для вибору кращого.
 - Логотип у форматі PNG (без фону) для точного вирізання.
 - Використання картинок, які відображають атмосферу магії, природи, духовності.

Тон і стиль

Тон — магічний, духовний, емоційний. Стиль — м'який, атмосферний, з акцентом на природу, традиції, історію. Використання текстів, які викликають емоції, відчуття приналежності, магії.

Референси

- Текст Наталії про бренд (використовується як основа для сторінки «Історія»).
- Приклади фото, які були відправлені (використовувати для дизайну, вибір між темними і світлими заставками).
- Сторінка магазину, яка має виглядати як «простір, створений із любові до невидимого світу».

Відкриті питання

- Чи потрібно додавати адресу живого магазину на головну сторінку чи на

окремій сторінці?

- Який варіант заставки (темна чи світла) буде найбільш ефективним для бренду?
- Чи потрібно додати інформацію про магічні властивості товарів на сторінках продуктів?
- Як оформити інформацію про магію, яка відчувається наживо (в магазині)?