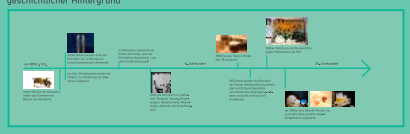
Brandwheel

mission statement
Spielen, wie noch nie zuvor.
Spielzeug bekommt wieder einen Platz auf dem Wunschzettel.
Ein Geschenk nur für dich!
Spiel mit! Why not?

vision statement
Niemand soll sich für seine Vorlieben schämen müssen.
Offen- und Direktheit mit Sex und Sextoys,
dank unseren Produkte und unserem Auftreten.
Charme, statt Scharm!

geschichtlicher Hintergrund

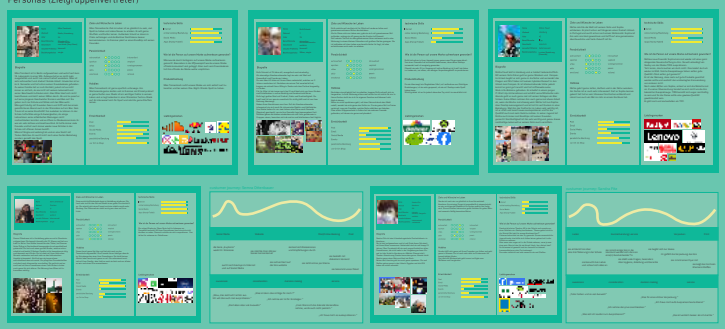


Naming

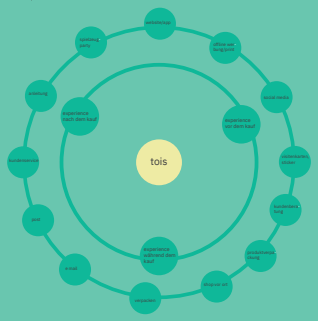
Marktanalyse

Vergleich Markteintrittshürden

Personas (Zielgruppenvertreter)



Touchpoints

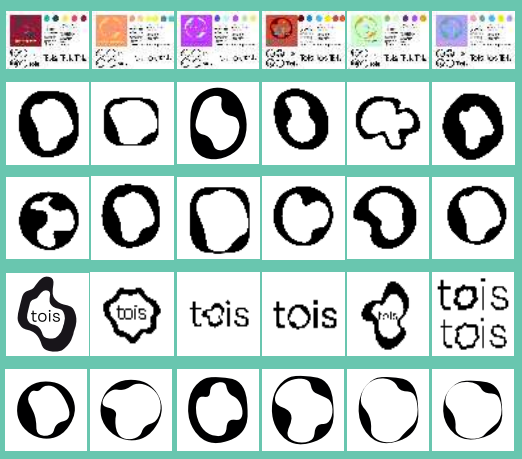


Uns ist wichtig, dass Sexualität normalisiert wird und das Tabu vom Thema Sex gehoben wird.
In unserer Zielgruppe ist jeder willkommen. Unsere Produkte sind vielfältig und gendermeutral.

Um sicherzustellen, dass tois erreicht, was wir uns vorgenommen haben, wurde zuerst die Strategie entwickelt und mit Hilfe von unseren Personas geprüft, bevor es in den Entwurf ging.

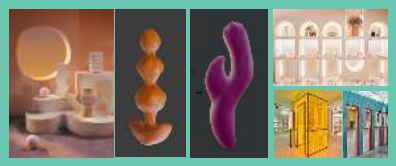
Was ist uns wirklich wichtig?
Ist das realisierbar?
Wie bekommen wir das hin?

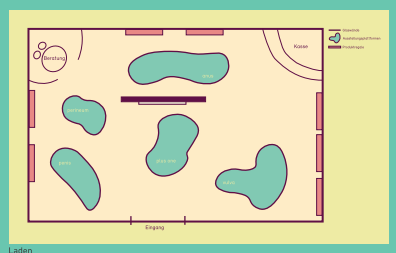
Die Entstehung von unserem strategischen Konzept.



Gestaltung brauch seine Zeit.
Eine Marke braucht einen Erkennungswert. Auf dem Weg zum Ziel wird eine Berg und Tal Fahrt durchlebt. Hier ein kleiner Einblick in den langen Weg zu unserem Endprodukt.
Von bunt und laut, zu schlicht und filigran. Von Bildmarke zu reiner Wortmarke.
Bis hin zu tois.

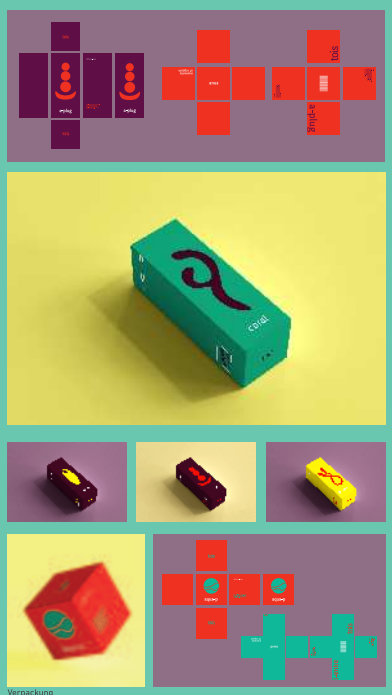
Website





Laden

Plakatkampgne



Verpackung

Vielseitigkeit ist uns nicht nur in unserer Zielgruppe wichtig, sondern auch in unserem Auftreten.
tois kann man online oder vor Ort besuchen. Kein Herumschleichen im Laden sondern eintreten und erleben.
Ausgewählte Produkte mit bester Qualität. Das Erlebnis steht im Vordergrund, der Kauf kommt danach.
Reduziert und doch klar.
Farbenfroh und locker.
Im Online-shop, auf der Straße im Laden und zu Hause.

tois spiel mit! why not?

Océane Bana
Kaja Schmitt
Begleitung von Prof. Carl Frech

tois

Sextoys kaufen ganz neu.
Mit Charme statt Scharm.
Sinnliche Zeit alleine oder zusammen.
Direkt und diskret. Inklusiv und genderneutral.
Denn niemand ist zu alt zum Spielen.

Spiel mit! Why not?