



# Advertising Idea per CT by Chronotech

Scadenza: 11.10.2010 23:59 GMT

Brand: chronotech

Settore:

Paese:

Categoria: Creatività specifica

Publicato: 20.09.10 11:18 GMT

Budget: \$4 800

Stato: Aperto

Lingua delle Soluzioni: Inglese, Italiano

## 1 Step Brand Builder

[ chi ha scritto il Brief per i Creators di BootB ? ]

GLOBAL WACH INDUSTRIES è un'Azienda italiana che opera con successo nel mercato orologiero, locale e internazionale, realizzando e commercializzando prodotti per più di 10 marchi del segmento di riferimento.

Da circa 2 anni l'Azienda ha lanciato un nuovo Brand, CT by Chronotech, nato in risposta alle nuove esigenze di un mercato che chiedeva orologi con un ottimo rapporto qualità prezzo e un design moderno ma adatto a tutti.

## 2 Step Obiettivo-Descrizione Del Progetto

[ cosa sta cercando di realizzare il Brand Builder ? ]

L'obiettivo è avere una nuova Advertising Idea, che prescindendo da quanto realizzato fino ad oggi e che possa creare un posizionamento di marca fortemente distintivo rispetto agli attuali competitors del mercato di riferimento.

La nuova Advertising Idea dovrà poter essere facilmente declinabile su mezzi quali stampa, outdoor, dinamica, attività di marketing non convenzionale e below-the-line.

Lo scopo ultimo della campagna è quello di aumentare la notorietà del marchio.

## 3 Step Pubblico Target

[ chi il Brand Builder sta cercando di influenzare ? ]

Il Brand, all'interno della propria gamma, offre un assortimento adatto a target differenti; la comunicazione dovrà quindi rivolgersi ad un ampio bacino di utenti, focalizzandosi su un target maschile e femminile di età compresa tra i 15 e i 40 anni. Completano il profilo una capacità di spesa e un livello socio-culturale medio.

## 4 Step Proposta

[ cosa il Brand vuole che il target capisca o faccia ? ]

La promessa di Ct by Chronotech è quella di creare "segnatempo" fashion, sportivi e di design ad un prezzo che non dovrà superare le 99,00 € (l'attuale primo prezzo è di €39,00). Una reale e concreta risposta ai bisogni del mercato.

Il prezzo è una componente importante; deve essere chiaramente percepita la democraticità del prodotto ma il prezzo non dovrà figurare direttamente sulla campagna.

Lo scopo della nuova comunicazione sarà quello di attirare, grazie ad una rinnovata immagine pubblicitaria, l'attenzione dei potenziali consumatori sul marchio Ct by Chronotech che attualmente non viene riconosciuto come marchio di orologeria e viene sovente confuso con un altro marchio del Gruppo Global Watch Industries, Chronotech, che però per posizionamento prezzo, target e tipo di prodotto non si sovrappone al marchio Ct by

Chronotech.

Possiamo definire Ct by Chronotech come il marchio “seconda linea” di Chronotech, ma dal quale differisce in maniera sostanziale per avere un target potenziale più ampio (dato il prezzo e una linea adatta a soddisfare i gusti di target di età e attitudini differenti ) e deve quindi avere una comunicazione propria e distintiva.

Il mercato dell'orologeria è attualmente molto affollato e frammentato e presenta diversi big spender (tra i quali lo stesso Chronotech) dai quali è necessario differenziarsi a livello di immagine e posizionamento.

( Big Spender sul segmento di riferimento: Breitl, Morellato, Citizen, D&G Watches, Swatch).

*“un orologio (con connotati sportivi, fashion, design) al prezzo di un accessorio”*

## 5 Step Supporto

[ perchè il target dovrebbe credere nella proposta ? ]

Crediamo che il progetto stesso possa essere di reale interesse per il target; la difficoltà è portare all'attenzione del potenziale consumatore un nuovo Marchio che, essendo agli inizi, non ha la capacità di spesa dei Brand storici del settore e quindi ha difficoltà a comunicare in maniera efficace la propria mission tramite i tradizionali media.

## 6 Step Carattere

[ quali sono le caratteristiche che meglio descrivono la personalità del Brand ? ]

- Giovane,
- contemporaneo,
- disinvolto,
- cool,
- ecumenico.

## 7 Step Pianificazione Dei Media/Destinazione Della Creatività Lavoro

[ dove apparirà il tuo lavoro ? ]

Si richiede che le proposte creative presentate vengano declinate su outdoor e carta stampata (periodici). Le testate e le locations scelte saranno in linea con l'ampio bacino di consumatori potenziali quindi prodotti decisamente “commerciali” (es. testate con tirature importanti con target trasversale).

## 8 Step Elementi Esecutivi Aggiuntivi

[ ogni altra informazione che il Brand ritiene necessario fornirti ]

Il Key Visual della campagna dovrà essere sviluppato principalmente per una declinazione stampa a pagina singola e secondariamente in formato orizzontale per affissioni 6x3.

L'importante numero di declinazioni (cataloghi, grafiche, personalizzazioni per punti vendita) richiede un'immagine ricca di elementi che possano essere utilizzati separatamente dalla campagna in modo da arricchire tutti i materiali a corredo della stessa.

## Allegati

368193/0000.jpg	194.95 Kb
368193/0001.jpg	199.13 Kb
368193/0002.eps	198.77 Kb
368192/0000.zip	499.27 Kb