



Ideas para campaña web Merchandising Plaza

Deadline: 28.09.2010 23:59 GMT

Marca: Merchandisingplaza

Sector: Ventas al por mayor y al por menor

País: Italy

Categoría: Creación específica; Creación específica : Desarrollo del concepto, Viral advertising , Vídeo; Above The Line : Internet; Below The Line : Marketing directo

Publicadas: 30.07.10 07:32 GMT

Presupuesto: \$1 200

Estado: Cerrado

Idioma de las Soluciones: Alemán, Chino, Español, Francés, Inglés, Italiano

1 Step Builder De Marcas

[¿quién está escribiendo un Brief BootB para los Creadores de BootB?]

MerchandisingPlaza es una tienda multilingüe especializado en la venta de merchandising oficial de artículos dedicados al deportes, música, cinema y tv.

De momento hay en línea más de 30.000 productos de más de 300 marcas: desde Ferrari a Hello Kitty, desde AC/DC a los Simpsons, desde Chelsea a Los Angeles Lakers.

Con lo cual ésta es probablemente la tienda más surtida del mundo para los aficionados de productos oficiales licenciados por Marcas

www.merchandisingplaza.es

2 Step Objetivo/Descripción Del Proyecto

[¿qué es lo que persigue el Builder de Marcas?]

Estamos buscando una idea creativa que funcione como guía para la próxima campaña web, online durante la época navideña.

El output que nos esperamos es un documento con las graphic guidelines (indicaciones gráficas) de la campaña, divididas en (obligatorio)

1) banner en todos los formatos, DIV con animación con comportamiento mouse on, animación Flash con comportamiento mouse on.

Formatos de Banner:

120 x 600 Pixels - Skyscraper
160 x 600 Pixels - Wide Skyscraper
300 x 250 Pixels - Medium Rectangle
336 x 280 Pixels - Large Rectangle
250 x 250 Pixels - Square Pop-up
728 x 90 Pixels - Super Banner
468 x 60 Pixels - Traditional Banner

Ofrecemos también unas alternativas, por orden de importancia (será valorada la realización de una o de ambas)

2) Ideas e indicaciones para un concurso/sorteo online: teniendo en cuenta la afluencia de visitas durante la época navideña, queremos que nuestra campaña se destaque por su originalidad capturando la atención de los navegantes.

3) Storyboard de videos para utilizarlos en Youtube o en videoinstalaciones (en este caso recomendamos la

realización de video cuya producción no sea demasiado cara, sin testimonial o complejidad de realización).

Queremos que nuestros navegantes, visitando el sitio, entiendan que Merchandisingplaza es el sitio ideal para:

- comprar “un trozo de sus ídolos”
- encontrar la gama más surtida para un regalo especial y “oficial”

3 Step Audiencia A La Que Te Diriges

[¿a quién debes influenciar?]

Nuestros clientes proceden principalmente desde Europa, Estados Unidos y Australia, atendiendo al creciente interés de Argentina y Brasil.

Se trata de hombre y mujeres, jóvenes de 16-17 años hasta los 40-45. Los más curiosos son los más jóvenes (los aficionados de unos 9 años de edad), pero la capacidad de consumo más alta se registra entre los jóvenes de 25-35 años (core target).

Lotivos principales de compra son la pasión para alguna marca y el espíritu de emulación (quieren sentirse como a Rocky o Schumacher)

4 Step Propuesta

[¿qué deseas que la audiencia a la cual te diriges perciba, comprenda o haga?]

Tenemos un doble objetivo:

- Alcanzar a un gran flujo de tráfico durante la época navideña destacando la especificación de nuestra tienda online.
- Distinguir nuestra web como la tienda más surtida en el mundo de merchandising oficial

5 Step Fundamento

[¿por qué debería la audiencia a la que te diriges creer en tu propuesta?]

Somos probablemente la tienda más surtida del mundo para los aficionados de productos oficiales licenciados por Marcas

Ver y Creer!

6 Step Características

[¿cuáles son las características que definen la personalidad de la Marca?]

Nuestra marca evoca ya por su mismo nombre la idea de plaza (market).

Una plaza como un mercado a la antigua manera donde encontrar justo lo que estabas buscando.

La bolsa de la compra en nuestro logotipo quiere dar la idea de la acción siguiente a la visita: la compra!

7 Step Plan/Colocación En Los Medios

[¿dónde aparecerá tu trabajo?]

Nuestra campaña será de gran alcance.

El trabajo realizado será publicado en todos los canales online:

- Adwords
- Tradedoubler
- Affiliation programme
- Facebook
- Youtube
- Quiz online
- SEM
- Online press

8 Step Elementos De Ejecución Adicionales

[cualquier información que la Marca desee proporcionarte]

Queremos que la visita en nuestra increíble plaza sea una experiencia única e inolvidable.

Documentación Requerida:

Formatos de presentación requeridos: JPEG – PDF – PSD
Formatos requeridos para el ganador: EPS – AI – PDF – PSD (pictórico con transparencia de niveles)

Hoja de datos con referencias cromáticas y font utilizado.

Descripción de los ficheros adjuntos en la carpeta “MerchandisingPlazabrief. Rar”

- logotipo merchandisingplaza de alta definición
- Gráficas de unos banners realizados para campañas específicas de productos.
- Newsletter