



# SPOT TV ORO 2000

Scadenza: 05.03.2010 23:59 GMT

Brand: ORO2000

Settore: Negozi & Commercio

Paese: Italy

Categoria: Above The Line : Radio, Affissioni o Pubblicità esterna; Below The Line : Marketing Diretto

Pubblicato: 01.02.10 09:40 GMT

Budget: \$800

Stato: Chiuso

Lingua delle Soluzioni: Inglese, Italiano

## 1 Step Brand Builder

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

Mi chiamo Massimo Famiani, sono un giovanissimo imprenditore di 34 anni e vivo a Bari, Italia. Nel 2000 ho aperto il mio primo negozio nel settore della compravendita di preziosi. Più precisamente acquisto direttamente da privati (cittadini): oro, argento, monete, orologi di marca, Rolex e molti altri.

Attualmente i negozi sono 6 e sto progettando anche nuove aperture.

Oggi posso affermare di essere già abbondantemente conosciuto nel mio settore, in città. Il marchio con il quale mi sono fatto conoscere è **Gold 2000**, un marchio in franchising, al quale mi sono affiliato, ma che purtroppo oggi dovrò lasciare.

## 2 Step Obiettivo-Descrizione Del Progetto

[ cosa sta cercando di realizzare il Brand Builder ? ]

Vorrei realizzare uno spot televisivo, che spieghi il passaggio dal vecchio marchio **GOLD 2000** al nuovo **ORO 2000**.

In questo spot non sarà necessario comunicare nessuna promozione o proposta commerciale, ma semplicemente il cambio del marchio, illustrando ovviamente anche il servizio: compravendita di oro, argento, monete, orologi di marca, Rolex e molti altri. Il pagamento avviene in contanti.

Lo spot è da 30".

E' necessario considerare che alcuni secondi andranno impiegati per citare i 6 negozi.

## 3 Step Pubblico Target

[ chi il Brand Builder sta cercando di influenzare ? ]

Il target è misto uomo-donna, dalla maggiore età fino ai più anziani.

Anche il ceto sociale è misto, da colui che necessita di contanti, a colei che si disfa del proprio oro, che non usa perché demodé o perché le è stato regalato e quindi non di proprio gusto.

## 4 Step Proposta

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

Il telespettatore, guardando lo spot, deve sin da subito capire che siamo sempre noi di **GOLD 2000**, ma che ora ci chiamiamo **ORO 2000**.

Deve quindi memorizzare il nostro nuovo marchio per non dimenticarlo, ne confonderlo mai più.

## 5 Step Supporto

[ perchè il target dovrebbe credere nella proposta ? ]

I nostri clienti ci hanno preferito per diversi motivi:

∞ I nostri spot hanno quasi sempre avuto una chiave ironica, di simpatia, anche grazie all'utilizzo di personaggi comici locali;

∞ altro punto di forza rispetto alla concorrenza: la nostra massima riservatezza, mi riferisco proprio alle vetrine esterne di tutti i negozi, che non permettono nessuna visione all'interno, a differenza di molti compro oro e gioiellerie.

## 6 Step Carattere

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

- ∞ Affidabilità;
- ∞ Fiducia;
- ∞ Esperienza;
- ∞ Con personale specializzato;
- ∞ Offriamo un servizio a 360°;
- ∞ Siamo i più completi nel nostro settore.

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

[ dove apparirà il tuo lavoro ? ]

Spot televisivi locali.

(L'idea sarà poi declinata anche in spot radiofonici stampa e affissioni, ecc.)

## 8 Step Elementi Esecutivi Aggiuntivi

[ ogni altra informazione che il Brand ritiene necessario fornirti ]

Il budget a disposizione per la produzione dello spot, è molto limitato. Per questo vi viene richiesta un'idea semplice e simpatica, che resti impressa per la sua originalità e non per gli effetti speciali.

Gli spot nei link di seguito sono esempi di come ci siamo presentati fino ad oggi, del nostro spirito e tono di comunicazione. Sono solo spunti, nessuno degli ambienti o personaggi, deve essere ripreso categoricamente.

I 2 personaggi nel primo e secondo filmato - conte 1 & conte 2 - di seguito, sono tuttavia disponibile a girare anche nuovi spot.

<http://www.youtube.com/watch?v=ogU2IUweQpQ>

<http://www.youtube.com/watch?v=yvwN4rjir1k>

<http://www.youtube.com/watch?v=75Y5rT9PoAA>

<http://www.youtube.com/watch?v=xb49gQtlgsM>

<http://www.youtube.com/watch?v=C90FLYtc0IQ>

<http://www.youtube.com/watch?v=gByflkyjjMg>

<http://www.youtube.com/watch?v=bddf-Ua1hng>

<http://www.youtube.com/watch?v=JCL-zOdGD7Q>

## Allegati

logo gold.tif

884.51 Kb

logo oro2000.tif

1.46 Mb