



Naming per Gruppo di Profumerie

Scadenza: 17.08.2010 23:59 GMT

Brand: riccardomuzio

Settore:

Paese:

Categoria: Creatività specifica : Nomi di prodotti

Pubblicato: 28.07.10 08:04 GMT

Budget: \$1 200

Stato: Chiuso

Lingua delle Soluzioni: Italiano

1 Step Brand Builder

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

Il Gruppo nasce a **Roma** con l'obiettivo di ottimizzare l'approvvigionamento dei singoli soci acquistando direttamente dai fornitori.

L'azienda si caratterizza per un assortimento completo, un servizio professionale dato da 50 anni di esperienza, e per la specializzazione di singoli punti vendita.

Il Gruppo è composto da 8 profumieri storici la cui gestione aziendale è stata per ben ---- anni di tipo familiare. I rispettivi negozi, presenti per tutto il territorio del Lazio (oltre che su Roma) sono stati tramandati da genitori a figli.

È questa la ragione per la quale ancora oggi ognuna delle profumerie mantiene il proprio cognome.

2 Step Obiettivo-Descrizione Del Progetto

[cosa sta cercando di realizzare il Brand Builder ?]

L'obiettivo è quello di unire il Gruppo (composto dai singoli negozi ognuno con una denominazione autonoma) attraverso la creazione di un **Naming** che vada ad aggiungersi ai singoli marchi già esistenti.

In questa fase vogliamo concentrare la vostra attenzione e sforzo creativo sul solo studio del *Naming* (che sarà poi reso logo) per il Gruppo.

Il nome dovrà essere rappresentativo di tutte e 8 le profumerie.

Verrà affiancato ai singoli loghi delle stesse, noti da 50 anni, lasciando quindi che tutte mantengano le loro singole identità, ma che vengano contemporaneamente anche ricollegate ad un unico Gruppo.

Ciò al fine di avere più forza nella comunicazione al target, nonché e a livello commerciale ed economico nei confronti delle aziende.

Escludiamo concetti qualsiasi e generici come parole legate direttamente a: fiori, piante, colori, aggettivi singoli. Siamo invece orientati verso un *Nome* che: racconti la nostra storicità nel settore e che esprima il concetto di gruppo. Dunque preferibilmente non un nome al singolare, a meno che racconti l'unione di molti.

Il Nome dovrà essere semplice, nel senso di facilmente memorizzabile, potrà essere anche di fantasia, purché resti inerente al mondo delle profumerie e a quanto detto sopra.

3 Step Pubblico Target

[chi il Brand Builder sta cercando di influenzare ?]

Donne e uomini di fascia sociale medio / alta. Di un'età media compresa tra i 25 e i 50.

Persone che tengono molto alla loro immagine, sempre ben curate, che amano ricevere anche consigli e aggiornamenti in merito gli ultimi accessori e prodotti in commercio.

Il tipo di rapporto e conoscenza tra noi e il nostro target è molto approfondita, quasi *ad personam*. Godiamo di una clientela abituale.

4 Step **Proposta**

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

Il target leggendo il nuovo nome deve associare i marchi esistenti alla loro storicità e presenza su territorio da tempo. Distinguendoli dunque dai concorrenti (tutte catene giovani, di neo creazione).

Il nome deve trasmettere in modo prioritario: esperienza e tradizione, nonché evocare o lasciar intendere un'ottima qualità nella consulenza a ogni singolo cliente.

Deve ovviamente intendere che siamo gli stessi di sempre, ma abbiamo migliorato la nostra offerta, unendoci. Da adesso oltre la qualità e l'assistenza capillare, il target deve avere la percezione che l'unione farà la forza dando anche a lui stesso migliori occasioni e servizi più avanzati.

5 Step **Supporto**

[perchè il target dovrebbe credere nella proposta ?]

Siamo attivi su territorio da 50-60 anni. Siamo le profumerie storiche di una città storica.

Siamo esperti e abbiamo personale preparato, capace di donare consulenze mirate come pochi altri nel nostro settore e raggio d'azione.

Vasta gamma di prodotti, di ampio assortimento.

L'attenzione al cliente, viene dimostrata anche con regali ad hoc e omaggi graditi.

Consigliamo gli acquisti a seconda dell'esigenza del nostro target, perché torni e non solo a mero scopo di vendita.

Garantiamo contemporaneamente buoni prezzi rispetto la media del mercato.

6 Step **Carattere**

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

Grande professionalità, storicità, tradizione, vasto assortimento.

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

[dove apparirà il tuo lavoro ?]

Il *Naming* apparirà accanto il nome esistente, sull'insegna dei vari negozi, prima di tutto.

Certamente inoltre su tutto il possibile materiale divulgativo o comunicazioni pubblicitarie.

Dunque sia su ATL che BTL.

8 Step **Elementi Esecutivi Aggiuntivi**

[ogni altra informazione che il Brand ritiene necessario fornirti]

Per maggiori informazioni:

<http://www.gruppomuzio.it>

<http://www.muzioprofumi.it>