



中国の GRAZIA

締め切り: 09.02.2008 23:59 GMT

ブランド: Mondadori

セクター: マスコミ

国: China

カテゴリー: Above The Line : ネット, テレビ/シネマ, ラジオ, プリント, アウトドア; Below The Line : PR, 各種イベント

公表済み: 27.11.07 12:00 GMT

予算: \$9 000

ステータス: 完了

ソリューションの言語: イタリア語, 中国語, 英語

1 Step ブランド Builder

[BootB Creator に向け BootB Brief を書いているのは誰ですか ?]

GRAZIA は、ファッションを愛する女性のためのファッション雑誌です。最新の動きを追い、セレブやニュース、最近の出来事などを通じて、暮らしについての情報を提供しています。誌名は女性の名前で、イタリア語で生来のエレガンスを意味しています。イタリアで生まれたこの雑誌には、アパレル、アクセサリ、化粧品、展示、本、旅行、レシピ、音楽や男性など、共通の話題を取り上げるたくさんの姉妹誌があります。たとえば、読者よりも少し年長で、イタリアに暮らし、世界やスタイルについてたくさんのことを教えてくれる女友達なのです。多分、木曜の午後におしゃれな「ラウンジバー」で。エレガントですが、イブニングドレスをまもってはいないのです。

2 Step プロジェクト目標 / 説明

[ブランド Builder が求めているものは何ですか ?]

Grazia 誌を他誌と違うものにしていくモダンでスタイルにこだわるイメージによって中国市場を取り込むため、発刊キャンペーンを行うことです。発刊キャンペーンにより、独創的なPR イベントと、発刊に先駆けた宣材（先行キャンペーン+ 発刊キャンペーン + 追加キャンペーン）のコンセプトをアピールします。目的は、高いレベルのブランド認知度を得ることです。また、キャンペーンは人々の好奇心をかき立て、雑誌を読んでもみようという気にさせるものでなくてはなりません。

（ターゲットを惹きつけ、商品を試してもらい、商品の周りに「活気」を生むのです。）

3 Step 対象ユーザー

[対象は誰ですか ?]

20歳から35歳の若い、消費意欲が旺盛な（けれど「いつもグッチを買うお金はない」）中国人女性（女の子と呼んではいけません）。彼女たちが十分な給料を得るようになったのは、ここ数年のことです。彼女たちはたいして、中～大都市の中心に暮らしています。積極的に好奇心が強く、はっきりとした価値観を持ち、携帯は最新型のモトローラ、色は多分ピンクで、ストラップにはかわいい色のティディベアをぶら下げているでしょう。車は持っていませんが、タクシー代を払うだけのお金はあります。独立していて流行に敏感で、トレンドな場所や新しいレストランが大好きです。ファッション、というか、中国でファッションと考えられているものをとても気にします。アメリカ風、そして西洋一般と、中国人であることの「かっこよさ」とを混ぜ合わせるのです。自分たちが世界の中でどこにいるかを知り、その主人公でありたいと考えているのです。情報を知りたがり、また、情報通と思われたい、日々変化する世界の中で、自分だけの個性とスタイルを求めています。

4 Step 提案

[対象ユーザーに取得 / 理解 / 実行してほしいことは何ですか ?]

Grazia は女性に話しかけ、女性が何を求めているかに耳を傾ける雑誌です。ファッションから美容、最新のイベントからエンターテインメントまで、彼女たちが知っておかなければならない本当に重要なことを掲載することを最重要点としています。Grazia は読者と暖かな双方向の交流を持っており、国際性を特長としますが、「メイド イン イタリア」のスタイルを最もよく理解しています。間違いなく、ファッションは大きな強みです。明るくトレンドなカジュアルシックで、下品だったり平凡だったりすることはなく、読者に着たいと思わせるような、憧れのシチュエーション

ョンを思い起こさせるように写真を撮影しています。

5 Step サポート

[対象者があなたの提案を信じるとする理由は何ですか？]

Grazia は、中国市場初の隔週刊高級誌です。動きが鈍く、ファッションやニュース、トレンドに敏感で、政治問題にも最新のリアリティ番組にも同様に興味を持つ、若い中国人女性の活発な生活についていくことのできなくなった、高級志向の月刊ファッション誌とは異なります。また、有名人のスクランダラスな写真を取り上げることだけを目的とするゴシップ週刊誌とも違います。Grazia は、2週間の間に実際に起きたこと（最新のイベントや出来事）や話題を起こした人々（平凡な人々の特別な生き方や、特別な人々の平凡な暮らし）について伝える、リアルにクールな隔週刊の雑誌です。好奇心旺盛でタブーがないので、やみつきになります。

6 Step キャラクター

[ブランドの個性を定義する特徴は何ですか？]

ユーモアがあってシックで、フェミニンで国際的で、信頼でき、前向きで驚きに満ち、ちょっとだけの外れなのです。

7 Step メディア計画 / プレースメント

[この仕事はどこに掲載されますか？]

発刊キャンペーンは、中国の若い女性が暮らす、分断化されたハイパーメディアな状況を対象としたメディアイベントである必要があります。従って、Grazia ではあらゆるメディアを検討します。

対象とするのが常に活動している好奇心の強い女性であることから、発刊は主に屋外広告で宣伝します。こうすれば、ターゲット オーディエンスは家から外に出れば、必ず広告を目にすることになります。好奇心に満ちた熱心な彼女たちが、自分の生活をもっと輝かせてくれるものを探して、町を歩いているときです。

条件

1) マスメディア広告:

屋外広告、定期刊行紙（誌）、ラジオ、日刊紙、ラジオ、テレビ

2) セールスプロモーション:

スポンサー、小売（ショッピングセンターおよび大規模ホテル）、バイラル マーケティング ツール（店舗ウィンドウ広告、掲示板、イベント形式等）

8 Step その他の実行要素

[ブランドから提供されるその他の情報]

競合ファッション誌リスト:

月刊誌: Vogue、Elle、Marie Claire、Harper's Bazaar、Cosmo、Rayli Her Style、Rayli Fashion Pioneer、Mar

平均価格: 20元

週刊誌: OK、Modern Weekly、Fashion Weekly

平均価格: 5元

GRAZIA定価

10元

販売

大都市 北京、上海、深圳及び広州から開始（合計23都市）

広告予算

1.700.000 ユーロ