



# LEGO Campanha Viral Global

Deadline: 31.03.2008 23:59 GMT

Marca: Lego

Setor: Bens de crianças

País: World Wide

Categoria: Above The Line : Internet; Criação Específica : Marketing viral

Publicado: 27.11.07 12:00 GMT

Orçamento: \$10 800

Estatuto: Concluído

Língua das Soluções: Inglês

## 1 Step Brand Builder

[ quem está escrevendo um Brief BootB para os Criadores BootB ? ]

Este brief vem do coração do desenvolvimento de comunicações da LEGO Company.

## 2 Step Objetivo/Descrição Do Projeto

[ o que o Brand Builder está buscando ? ]

Nós queremos que os criadores nos ajudem a desenvolver uma campanha de marca viral, uma idéia ou uma série de idéias que funcionem online, e possam ser enviadas de pessoa para pessoa via e-mail, Messenger, sites de redes sociais ou qualquer outro dispositivo de comunicação web. Esta idéia precisa capturar a grandeza da marca LEGO e ter um apelo global, atraindo as crianças, especialmente garotos, com idade de 6 a 12. O objetivo é elaborar idéias para ou uma forte campanha ou uma série de mensagens virais que são tão intrigantes, divertidas e motivadoras que crianças simplesmente terão de ver e enviar para seus amigos. As mensagens virais não devem ser ofensivas de nenhuma forma possível, mas sim se basearem na força da marca LEGO e sua filosofia de criar inúmeras oportunidades de brincar – todos os dias. A mensagem não deve – em hipótese alguma – em termos de tom de voz e conteúdo – desestimular os pais.

## 3 Step Público Alvo

[ quem você deverá influenciar ? ]

Crianças, especialmente garotos, de 6 a 12 anos. Se os pais acharem a campanha ótima, maravilhoso. Mas as crianças são o público-alvo principal.

## 4 Step Proposta

[ o que a Marca deseja que o público alvo perceba / compreenda / faça ? ]

O público-alvo deveria entender que a marca LEGO é legal, estimula a criatividade e cria oportunidades infinitas de brincadeira para as crianças de hoje.

## 5 Step Suporte

[ porque o público alvo deve acreditar na sua proposta ? ]

)))

## 6 Step Personalidade

[ quais são as características que definem a personalidade da marca ? ]

A personalidade da Marca LEGO é encontrada nos nossos valores principais e na essência da marca. Os valores principais da marca LEGO são: Diversão Criatividade Qualidade A essência da marca LEGO é: Alegria de Construir. Orgulho de Criação – para os Construtores de amanhã. As informações acima devem ser incorporadas na campanha viral que deverá ser baseada em idéias simples, divertidas e inspiradoras que são tão legais que as crianças vão querer compartilhá-las.

## 7 Step Plano De Mídia / Colocação

[ onde nosso trabalho aparecerá ? ]

1: A campanha será representada por e deverá gerar tráfego em [www.LEGO.com](http://www.LEGO.com) 2: A campanha deveria ser – se não for o principal assunto da cidade – então um assunto bem importante na internet. As mensagens devem ser encontradas nos sites mais populares entre as crianças.

## 8 Step Elementos Executáveis Adicionais

[ qualquer outra informação que a Marca deseja lhe fornecer ]

)))