



MANIFESTE 品牌的“护身符”

截稿日: 10.09.2009 23:59 GMT

品牌: **manifeste**

行业: 奢侈

国家: France

类别: Specific Creation

已发布: 10.06.09 08:05 GMT

预算: \$1 000

状态: 已关闭

解决方案的语种: 法语, 英语

1 Step 品牌 Builder

[谁在为 BootB Creator 编写 BootB Brief ?]

作为一个前卫的奢侈品牌，**manifeste**以感性，抽象，永恒以及富有创造力的产品引领着生活的时尚。公司每年所推出的新产品逐步展现了公司的理念与内涵。

2 Step 项目的目的 / 说明

[品牌 Builder 在寻求什么 ?]

方案的目的在于创造一种生活中每个人都希望随时拥有的个性化的解决方法，这种方法是个人的，在某种程度上可以说是一个可以帮助度过困难时期的“护身符”。

这个方案目标的第二重功能就是方便建立人与人之间的关系：通过这个新的创意方案，您可以有一个真诚的媒介来接近并了解你身边的陌生人，无论是在路途中，在音乐会上或是其他场合；另外，这个目标方案可以使你很自然地来与身边的人分享一段时光、您的感受、信息或者具体的事物，例如可使用的，可呼吸的或是可食用的。

同时，主旨也在于创造一种新的个人标识，这种标识可以保护并同时鼓励我们对他人保持更加开放的心态。

3 Step 目标受众

[您想要对谁造成影响?]

每一个敏感的，拥有开放思想的并希望在人际关系及情感方面改善生活质量的人群。

4 Step 提案

[品牌希望目标受众知道 / 明白 / 做些什么 ?]

目标方案应该成为我们的日常生活中的亮点，比如在一些困难的时期可以帮助我们解决问题并且协助我们与他人建立真诚可靠的关系。

生活中的许多细节例如个人的表达方式、创造力、对事物的看法以及真挚的情感都会使我们的生活更加丰富并且有价值。

5 Step 支持

[为什么目标受众要相信您的提案 ?]

有如“护身符”的建议方案应该可以带给人们更多的自信并使得人们可以更加自如地迎接生活中的每一个挑战。因为它体现了解决问题的关键，并且在某种程度上强化我们与他人沟通和分享的能力。

6 Step 特性

[体现品牌个性的特点有哪些 ?]

精准的，感性的，富有创造力的，有灵感的，新奢侈概念的

7 Step 媒介计划 / 投放

[作品将投放在何处 ?]

新系列产品将会在全世界范围内所选出的80个店铺出售，这些店铺中多数已经在销售manifeste公司的产品，其中包括巴黎的Colette， 纽约的Seven， 香港的Silly Things。（详情请浏览www.manifeste-tm.com）

产品的推出仪式将会在获选的设计者的国家举行，如果这个计划能够得以实施，仪式中将会邀请创造设计领域前沿的重要艺术家和设计师。

另外，产品的推出也将会同时出现在一些杂志、博客以及品牌合作伙伴的网站上。

8 Step 有关制作的其他元素

[品牌还想向您提供哪些信息]

建议方案应包含以下内容：

- ∞ 详尽的创意设计概念阐述以及可以证明其世界范围内发展潜力的因素
- ∞ 一份用绘画技术或3D技术来实现的视觉展示目标效果图
- ∞ 一份将对新产品推出有积极意义的视觉关键要素阐述

附件

192258/0004.pdf

380.39 Kb