



项目标题：全球LEGO品牌营销活动

截稿日: 31.03.2008 23:59 GMT

品牌: Lego
行业: 小孩货物,
国家: World Wide

类别: Above The Line : 环球网 ; Specific Creation : 病毒营销
已发布: 27.11.07 12:00 GMT
预算: \$10 800
状态: 已关闭
解决方案的语种: 英语

1 Step 品牌 Builder

[谁在为 BootB Creator 编写 BootB Brief ?]

该通告是与LEGO公司交流发展的核心结果。

2 Step 项目的目的 / 说明

[品牌 Builder 在寻求什么 ?]

我们希望创意者帮助我们开发一个传播式品牌营销活动，这些或这一系列创意将在网上实施，并可通过邮件、即时消息、社交站点或其它互联网沟通工具进行广泛传播。创意必须抓住LEGO品牌核心，并拥有强大的全球吸引力，抓住6至12岁的小孩，尤其是男孩的注意。该活动的目标是为了产生有吸引力的、有趣的、直观的、儿童可轻松发送给朋友进行宣传的强大的创意或一系列信息。该传播性信息必须基于LEGO品牌的优点，不许以任何方式携带攻击性的内容，并且每天都需产生无尽的游戏机会。并且，这些信息不许在语气以及内容方面与家长的教育背道而驰。

3 Step 目标受众

[您想要对谁造成影响?]

6至12岁的孩子，尤其是男孩。如果家长也有兴趣则更好了。但是孩子仍是目标观众的核心。

4 Step 提案

[品牌希望目标受众知道 / 明白 / 做些什么 ?]

目标观众需要了解LEGO品牌是非常时尚的，可激发当今孩子的创造力，为孩子创造出无尽的游戏机会。

5 Step 支持

[为什么目标受众要相信您的提案 ?]

)))

6 Step 特性

[体现品牌个性的特点有哪些 ?]

LEGO品牌的特点在于我们的核心价值及其品牌精华。LEGO品牌的核心价值是：有趣创意质量 LEGO品牌的精华在于：为未来的创建者提供搭建的快乐以及创造的自豪。上述内容必须在传播式品牌营销活动中有好的体现。而这些活动应该基于简单有趣但鼓舞性的创意，吸引孩子参加。

7 Step 媒介计划 / 投放

[作品将投放在何处 ?]

1: 此次活动将公布在 www.LEGO.com，可通过访问该网站获取更多信息。 2: 此次活动若无法在整个城镇流行，也必须在网络上流行。其主要信息应该放在孩子喜欢的所有的流行网站上。

8 Step 有关制作的其他元素

[品牌还想向您提供哪些信息]

)))