

CREATIVE BRIEF

Crema Autoabbronzante - Giugno 2000

<b>Brand</b>	Beta.
<b>Prodotto</b>	Crema Autoabbronzante.
<b>Target Group</b>	Donne di età compresa fra 25 e i 40 anni, che lavorano, con uno stile di vita attivo, interessate a un colorito salutare della pelle, ma con poco tempo da dedicare all'abbronzatura. Sicure di se stesse e conscie dell'importanza dell'immagine, hanno una vita sociale intensa. Il loro bisogno primario è un aspetto gradevole e naturale, senza sconfinare in un <i>look</i> vistoso.
<b>Insight principale</b>	C'è bisogno di un prodotto cosmetico che dia gli stessi effetti di una abbronzatura naturale (o la prolunghi) senza controindicazioni (colore troppo carico, odore sgradevole, reazioni indesiderate della pelle, difficoltà di applicazione).
<b>Benefit del prodotto</b>	Abbronzatura identica a quella naturale in totale sicurezza.
<b>Benefit emozionale</b>	Privilegio narcisistico, senso di <i>glamour</i> .
<b>Reason Why</b>	Marca con tradizione consolidata nell'attenzione agli aspetti della sicurezza (esperti della pelle). Prodotto di efficacia testata.
<b>Personalità del Brand</b>	Il brand è riconosciuto come tra i più seri e affidabili.
<b>Timing</b>	Master pronto entro Gennaio 2001.
<b>Linee guida esecutive</b>	Generare <i>awareness</i> , rafforzare l' <i>equity</i> della marca come leader nei cosmetici per la bellezza, grazie all'introduzione di prodotti altamente innovativi e alla sua attenzione alla sicurezza e all'efficacia. La comunicazione deve rimarcare il fatto che il canale di vendita sarà la farmacia, unendo così ai tradizionali benefici cosmetici (questo tipo di prodotto è abitualmente venduto in profumeria) anche quelli di salute.
<b>Elementi obbligatori</b>	Spiegare che il prodotto è in schiuma; mostrare l'applicatore. Utilizzare il <i>pay-off</i> "Funziona! In farmacia". Il tono deve essere semplice e diretto, con un corretto bilanciamento fra beneficio cosmetico e rassicurazione sulla sicurezza-naturalità. Inoltre, deve essere serio, non frivolo e a elevato contenuto informativo.
<b>Formats</b>	Televisione ✓ spot da 15", 10" e 5" Stampa ✓ 1 pagina (formato A4)

Fonte: Johnson & Johnson.