****

**MODELLO BREVE PER IL DESIGN DEL MARCHIO**

**ESEMPIO**

L'esempio inizia a pagina 2.

**BRIEF SUL DESIGN DEL MARCHIO**

CLIENTE

|  |  |
| --- | --- |
| **NOME DELLA CAMPAGNA** | Riprogettazione della scatola di consegna e campagna sui social media |
| **CLIENTE** **NOME** | Troy Jacobson |
| **MARCHIO** | Hygge Legna da ardere |
| **PRODOTTO / SERVIZIO** | Legna da ardere di lusso: legno di betulla tagliato a mano consegnato direttamente a casa tua  |
|  INFORMAZIONI DI CONTATTO |
| **NOME** | Troy Jacobson |
| **TELEFONO** | (427) 846-4889 |
| **E-MAIL** | tjacobson@hyggefires.com |
| **INDIRIZZO POSTALE** | Casella postale 28181611, Aspen, Colorado |
| INFO DOCUMENTO |
| **DATTERO** | 15/06/20XX | **AUTORE** | Brittany Taylor |

CAMPAGNA

**SCOPO |** Perché?

|  |
| --- |
| Hygge Firewood sta rebranding perché l'azienda si sta espandendo rapidamente. L'azienda desidera riprogettare il logo esistente e la confezione di consegna e gestire una piccola campagna pubblicitaria tramite social media ed e-mail.  |

**| OPPORTUNITÀ** Impatto finale?

|  |
| --- |
| Hygge ha pochi concorrenti nel mercato della legna da ardere di lusso. Situato nella località turistica di fascia alta di Aspen, l'azienda deve soddisfare l'aspettativa di un'esperienza di lusso. Hygge offre ai suoi clienti (residenti / turisti / ospiti) un prodotto costantemente affidabile, un servizio eccellente e un'esperienza sensoriale nostalgica con il legno di betulla. |

ELEMENTI

Quali sono le componenti fondamentali della campagna?

|  |
| --- |
| Dobbiamo riformulare l'esperienza del falò, allontanandoci dalle tipiche immagini robuste di boscaioli, manodopera e campeggio. Abbiamo bisogno di una campagna che incoraggi il cliente a vedere un'esperienza di fuoco domestico desiderabile come un rituale necessario come una tazza di caffè. |

OBIETTIVO

A cosa serve la campagna?

|  |
| --- |
| La campagna attirerà nuovi clienti in abbonamento al servizio di consegna di legna da ardere di Hygge. Gli obiettivi del cliente sono duplici: 1. Aumentare la base di clienti attraverso la base di clienti esistente (ad esempio, sviluppare ambasciatori del marchio). Riprogettare l'imballaggio di consegna, in modo che possa funzionare come un oggetto decorativo che si trova accanto al camino. Questa nuova confezione fungerà da pezzo di conversazione in sé, ispirando gli ospiti dei clienti esistenti a riconoscere la desiderabilità dell'esperienza complessiva: il bagliore ipnotizzante del fuoco, l'odore del legno di betulla e l'aspetto elegante della cassa di legna da ardere.
2. Aumenta gli abbonamenti dei clienti tramite una campagna sui social media al culmine della preparazione invernale.
 |

TARGET

**| TARGET DELLA CAMPAGNA** Chi stiamo cercando di raggiungere?

|  |
| --- |
| Stiamo cercando di raggiungere ricchi proprietari di case con sede ad Aspen e turisti legati ad Aspen che hanno caminetti a legna e / o vasche idromassaggio e richiedono la consegna di legna da ardere durante i mesi invernali più freddi. |

**| TARGET DEL BRAND** Con chi parla il brand?

|  |
| --- |
| Hygge parla ai clienti che hanno familiarità con un'esperienza di lusso e desiderano un comfort di fascia alta per se stessi e per i loro ospiti. Il marchio si rivolge ai clienti che apprezzano l'intersezione tra robustezza e facilità (ad esempio, glamping, vasche idromassaggio a legna, ecc.).  |

RISORSE & BUDGET

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **RISORSA** | **DESCRIZIONE** | **BILANCIO** |
| Gente | Lavoro del team di progettazione | 5.000 dollari |
| Materiali | Imballaggio di consegnaLogo del camionAdesiviWeb LogoPoster | 18.000 dollari |
| Altro | Ricerca competitiva/analisi/test di prodotto | $ 2.000 |
| Altro | Promozione dei media online | 3.500 dollari |

ATTEGGIAMENTO

**| DEL TONO DELLA CAMPAGNA** Quali tratti stiamo cercando di trasmettere?

|  |
| --- |
| Non c'è bisogno di pensare a prepararsi per i freddi mesi invernali quando si ha un abbonamento a Hygge Firewood. Hygge si prende cura del fastidio del backcountry, in modo da poter godere di un fuoco accogliente per tutto l'inverno. |

**PERSONALITÀ DEL MARCHIO |** Quali caratteristiche definiscono il marchio?

|  |
| --- |
| LussoFacilitàEsperienza sensoriale/nostalgicaComfort backcountryEsperienza moderna della legna da ardere per uno stile di vita modernoInverno norvegese |

MESSAGGIO

**IL | DA ASPORTO** Qual è l'idea chiave che vuoi che i clienti esistenti / potenziali ricordino?

|  |
| --- |
| Un abbonamento alla consegna a domicilio di legna da ardere è un lusso necessario. |

**TAGLINE |** Usa le parole chiave, il tema e/o un'altra copia di branding per creare il messaggio principale del tuo marchio.

|  |
| --- |
| Lascia che Hygge faccia il lavoro di backwood per te, in modo da poter godere del comfort accogliente di un fuoco di betulla per tutto l'inverno. Imposta il tuo abbonamento prima di sentire quel primo brivido del tardo autunno. |

CANALI DI MARKETING

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CANALE** | **TRAGUARDO** | **LINEA TEMPORALE** |
| Social Media | Offri uno sconto del 10% ai clienti che portano nuovi clienti o referral. Speriamo di generare 8.000 visualizzazioni da questa promozione.  | 01/08/20XX - 30/09/20XX |
| E-mail | Offri uno sconto del 10% ai clienti che portano nuovi clienti o referral. Speriamo di raggiungere 1.500 clienti con questa promozione.  | 01/08/20XX - 30/09/20XX |
| Altro | N/D | N/D |
| Altro | N/D | N/D |

INFORMAZIONI AGGIUNTIVE

Includi eventuali informazioni critiche aggiuntive.

|  |
| --- |
| Questa campagna è sensibile alle tempistiche. Data la natura stagionale dell'attività, dobbiamo rispettare una data di inizio difficile del 08/01/20XX al fine di attirare nuovi clienti. |

COMMENTI & APPROVAZIONE

**NOME E TITOLO DEL CONTATTO CLIENTE**

|  |
| --- |
| Troy Jacobson, Proprietario |

**COMMENTI**

|  |
| --- |
| Il cliente è aperto a idee aggiuntive ed è un po 'flessibile dal punto di vista del budget.Fai sapere al team di progettazione che esiste un logo corrente. Seguire il cliente per determinare se ci sono altri loghi esistenti; se ci sono, assicurati di condividere quelle immagini con il team di progettazione prima che inizi qualsiasi lavoro. Segui il cliente per accedere a tutti gli abbonamenti e-mail esistenti. Esegui una campagna per aumentare il numero di client basati su e-mail prima di eseguire una campagna e-mail. Il cliente è fuori città dal 20/06 al 29/06 con accesso limitato. Questa campagna è sensibile al tempo. |

|  |
| --- |
| APPROVAZIONE |
| NOME | FIRMA | DATTERO |
| Troy Jacobson | T. Jacobson | 18/06/20XX |

|  |
| --- |
| **DISCONOSCIMENTO**Tutti gli articoli, i modelli o le informazioni fornite da Smartsheet sul sito Web sono solo di riferimento. Mentre ci sforziamo di mantenere le informazioni aggiornate e corrette, non rilasciamo dichiarazioni o garanzie di alcun tipo, esplicite o implicite, circa la completezza, l'accuratezza, l'affidabilità, l'idoneità o la disponibilità in relazione al sito Web o alle informazioni, agli articoli, ai modelli o alla grafica correlata contenuti nel sito Web. Qualsiasi affidamento che fai su tali informazioni è quindi strettamente a tuo rischio. |