

Olá Ivo

Boa tarde!

Espero que esteja tudo bem com você.

Abaixo segue o briefing para a campanha de concorrência que falamos durante nossa reunião.

Se houver dúvidas, estou à inteira disposição.

Concorrência de agência de publicidade 2023

Briefing para Campanha de lançamento de produto do Grupo Lume

Formato 75x75: um novo tamanho de pisos para o Grupo Lume.

Marca: Megalume | uma marca do Grupo Lume.

Produto: piso cerâmico – semi-grês.

Semi-grês: piso com espessura menor do que os produtos cerâmicos convencionais, além de menor absorção de água dentro da mesma comparação.

Os produtos são produzidos com processo de “via seca”, com definição HD (impressão é feita em HD) e retificado – garantindo o tamanho / formato de venda.

Distribuição: a venda é feita exclusivamente por representantes comerciais da Lume e direta para lojas (revendas e atacadistas) e construtoras cadastradas.

Venda é de nível Nacional e América Latina

Consumo: esses produtos são direcionados para os mais diversos tipos de ambientes, tanto interno quanto externo, obedecendo a características de cada modelo.

Público:

- a) Clientes em processo de construção e/ou reforma de casas e comércios;
- b) Classe social: A e B
- c) Não são compras com recorrência mensais, porém há grandes oportunidade do marketing boca a boca, além de indicações – o consumidor se tornar embaixador da marca em seu ciclo de convivência.
- d) Motivação de compra sempre tem link com o lado emocional – realização de sonhos ou até mesmo por ter visto em algum ambiente ter tido o gatilho emocional.
- e) Existe uma forte tendência do público buscar por indicações, referência com blogs – perfil ou até mesmo a consultoria de um designer de interiores e/ou arquitetos.

Nossas principais concorrentes: (*) Savane, (*) Embramacó, (*) Pointer, (*) Carmelo Fior, (*) Lef, (*) Majopar, (*) Incopisos, (*) Karina, (*) Incefra, (*) Formigrês.

Empresas para inspiração: (*) Ceusa, (*) Portobello, (*) Villagres

O que queremos: Posicionar o Grupo Lume como marca parceira das lojas e construtores, além de criar um diálogo com o consumidor apresentando produtos de qualidade – design – com inovação, tornando os nossos produtos objeto de desejo dos consumidores.

Ações esperadas: o plano de campanha além do KV esperamos ver pelo menos 2 ações de inbound marketing e 1 ação de outbound marketing

Metas com a campanha:

Comercial:

- a) Vendas dos produtos de lançamento (há referência de vendas nesse momento);
- b) Todos os representantes ter feito pelo menos 1 venda do produto (não temos a referência em metragem nesse momento);

Trade Marketing:

- c) 100 pontos de vendas com os produtos expostos (amostras e atualizações de show room);
- d) Todos os representantes com amostras e apresentado a nova linha para pelo 5 principais de cada um;

Marketing digital:

- e) Crescimento de seguidores nas redes sociais (volumetria) – auxílio da estratégia global para essa demanda;
- f) Engajamento nas postagens desses materiais;