

## CREATIVE BRIEF

Klient	Marka	Team
Domar S.A.	Galeria Wnętrz Domar	Katarzyna Świętek Kierownik Działu Marketingu <a href="mailto:katarzyna.swietek@domar.pl">katarzyna.swietek@domar.pl</a>  Magdalena Plamieniak Spec. ds. Marketingu <a href="mailto:Magdalena.plamieniak@domar.pl">Magdalena.plamieniak@domar.pl</a> +48 669 982 889

Brief dotyczy kampanii komunikacyjnej i wizerunkowej dla Galerii Wnętrz Domar na lata 2014-2015 pod hasłem Pomagamy urządzać wnętrza.

W 2013 roku Galeria prowadziła kampanię reklamową z w/w hasłem reklamowym (layouty znajdują się w załącznikach do brief'u).

Zadanie dla Agencji polega na znalezieniu nowego komunikacyjnego rozwiązania, które będzie mogło być kontynuowane w kilku odsłonach przez dwa kolejne lata, z założeniem, iż hasło pozostaje bez zmian. Chodzi generalnie o opracowanie kampanii komunikacyjnej i planu komunikacyjnego dla galerii wnętrz domar z zaproponowanym hasłem „Pomagamy urządzać wnętrza”.

gdzie jesteśmy?

Galeria Wnętrz Domar - centrum z artykułami wyposażenia wnętrz, od materiałów wykończeniowych, przez meble po dekoracje.

Aktualnie obserwujemy wycofanie się klientów z dokonywania zakupów mebli, wstrzymywanie decyzji o wymianie na nowe. Klienci dokonują pojedynczych zakupów lub nie dokonują ich wcale, odkładając decyzję w czasie.

Zakupów znacząco nie pobudzają również różnego rodzaju promocje.

Ważne jest dla nas nieustanne przypominanie konsumentom o Galerii w kontekście głównej naszej działalności – pomagamy wyposażać wnętrza. Skupienie się na prostym przekazie.

co chcemy osiągnąć?

Galeria Wnętrz Domar jako konieczny punkt na mapie zakupowej każdego wrocławianina myślącego o wyposażeniu wnętrza. Zakodowanie w świadomości konsumenta: „Wnętrza = Domar” (tutaj jest wszystko, co jest mi potrzebne i tutaj pomogą mi w dokonaniu najlepszego dla mnie wyboru)

Z rzeczy mierzalnych:

- zwiększenie odwiedzin strony [www.domar.pl](http://www.domar.pl)
- zwiększenie trafficu w obiekcie o 20%
- pozyskanie danych do wysyłki kierowanej (mailingi)
- wypracowanie „eksperckiego” wizerunku marki domar - „znamy się na urządzeniu wnętrza”

## CREATIVE BRIEF

do kogo mówimy?

30+, poszukujący artykułów wyposażenia do domu, otwarty na inspiracje dotyczące wyposażenia wnętrz, nie kierujący się tylko ceną przy wyborze mebli.

Stale zwiększa się liczba młodych ludzi (22 -28), pojawiających się w Galerii w związku z różnymi wydarzeniami. Prawdopodobnie nie są to aktualnie klienci Galerii Wnętrz Domar, ale chcemy, by w przyszłości nimi byli.

Odbiorca pośredni:  
Architekci i projektanci.

do czego chcemy ich przekonać?

W Galerii Wnętrz Domar znajdziesz wszystko, co niezbędne do wyposażenia mieszkania/domu. Jeżeli poszukujesz artykułów wyposażenia wnętrz, od materiałów wykończeniowych po meble Galeria jest miejscem, które KONIECZNIE musisz odwiedzić. Bez tych odwiedzin Twoja wiedza będzie niepełna, a wybór nie uwzględni wszystkich opcji. Być może najlepsze rozwiązanie umknie Ci, gdy nie odwiedzisz Galerii.

co chcemy im powiedzieć?

**POMAGAMY URZĄDZAĆ WNĘTRZA**

W Galerii znajdziesz wszystko, co potrzebne do wyposażenia domu, od materiałów wykończeniowych, przez meble, po dekoracje.

Pod jednym dachem. W centrum miasta.

Projektantki wnętrz bezpłatnie doradzą.

Obsługa w salonach profesjonalnie przeprowadzi proces sprzedaży.

Na blogu, FB oraz YouTube znajdziesz mnóstwo inspiracji.

Pomagamy urządzać wnętrza - po prostu.

**dlaczego mają nam uwierzyć?**

Jesteśmy profesjonalistami, w tym, co robimy. To nasza specjalizacja od lat. Znamy się na wyposażaniu wnętrz.

**jaka jest tonalność komunikacji?**

Lekka, bez nachalności. Mocno przemawiająca hasłem i obrazem.

**jakie wykorzystamy media?**

Outdoor ( billboardy), reklama prasowa, reklama internetowa (różne formy reklamy: billboard, doublebillboard, 160x600, 468x60, 336x280, 300x250 – to tylko przykładowe wielkości, mailingi), reklama radiowa, inne formy komunikacji

## CREATIVE BRIEF

### **elementy obowiązkowe?**

Pomagamy urządzić wnętrza – hasło.

Istnieje możliwość liftingu hasła, jeśli zajdzie taka konieczność i zostanie to uzasadnione.

timing: szczegółowy timing zostanie ustalony wspólnie z klientem. Etapy projektu:

- briefing
- odpowiedzi na dodatkowe pytania
- koniec procesu projektowego
- prezentacja projektów