

BRIEF

CLIENTE

CLIENTE	SWING CITY
PRODUCTO	ACADEMIA DE DANZA SWING, JAZZ, TAP, ENTRE OTROS RITMOS. LAS CLASES ESTAN DIVIDIDAS EN NIVELES Y SE VA AVANZANDO DENTRO DE ELLOS

PROBLEMA | *porqué queremos esta campaña?*

Buscamos crearle una identidad de marca y posicionarla en el mercado

OBJETIVOS | *qué esperamos lograr?*

Expandir el Mercado y generar una identidad propia

TARGET | *que cambios esperamos sobre el target?*

El target son hombre y mujeres jóvenes entre 20 y 35 años, solteros o en pareja, residentes de Villa Crespo, Palermo y aledaños. Viven estresados por su rutina muy marcada y buscan un lugar para expresar esa parte de ellos que el estrés oprime. Tratan de ser más auténticos, allegados a lo que sienten, de no ser uno más. Son personas a las que les cuesta el cambio y el hacer cosas nuevas aunque lo quieran; por ello, esperamos que logren desestructurarse.

INFORMACIÓN DE LA MARCA

BENEFICIO: Salís sintiendo que encontraste tu diferencial

SOPORTE: La música

VALORES MARCHARIOS: No tiene

POSICIONAMIENTO DE PRECIO: Medio

COMPETENCIA: Academias de baile

POSICIONAMIENTO

Academia de baile

PROPUESTA ÚNICA A COMUNICAR

Romper estructuras

CONCEPTOS CREATIVOS

¿Por qué no?