Brief Créatif

Pourquoi ce brief existe-t-il ?

Le client souhaite s'implanter sur la marché Français de manière impactante
Monter le taux de notoriété et émerger dans un marché concurrentiel.

Qui devons-nous influencer ?

Femmes ~ 25/55 ans / CSP+ / Vegan, Fitness / Urbain / Sensible qualité et design.
Les consommateurs n'ont plus confiance dans les produits qui lui sont proposés.
Mais ils consomment tout de même ces produits car ils sont à la recherche de plaisir gustatif. Ils pensent qu'ils doivent faire le choix entre goût et bien-être.

Que voulons nous que les consommateurs fassent à l'issu de cette campagne ?

Nous voulons que MyMuesli deviennent pour eux le muesli de référence.
Qu'ils créent leur mix sur le site internet car ils sont convaincu que ça va les aider dans leurs bien être.

Comment la communication y parviendra-t-elle ?

En mettant en avant la qualité nutritionnelle des ingrédients et les outils de personnalisation.
Déconstruire le fait que qualité ne peut pas être lié avec le goût.

Qu'est-ce que nous devons transmettre ?

MyMuesli permet de faire attention à son alimentation sans avoir à faire de sacrifices.
Choisissez parmi 80 ingrédients bio beau et bon, mais pas entre gourmandise et bien-être/ santé.

Qu'est-ce que les consommateurs doivent savoir ?

L'origines des ingrédients, le côté bio et éco-responsable, le nombre de combinaisons possibles

Qu'est-ce que les consommateurs doivent ressentir ?

Une totale confiance dans la marque et le produit. Une libération.

Pourquoi est-ce que les consommateurs en ont quelque chose à faire ?

Ils ne se sentiront plus coupable de se faire plaisir.

Comment est-ce que le succès peut être mesuré ?

Augmentation des ventes, et de l'activité web relative à MyMuesli.