

# CREATIVE BRIEF

## Snowminds café

### Hvad skal caféen kommunikerer?

Plads til forskellighed, rumlighed og

### Hvad vil du opnå med kommunikation?

At på denne cafe er der plads til alle slags mennesker, der er varer i alle prisklasser og masser af plads til at slappe af og hygge sig med sine venner/familie.

### Hvorfor skal lige netop denne café eksistere?

Den skal udskille sig på dens pris og placering. Prisen skal hjælpe til at alle slags mennesker uanset prisklasse kan få sig en god tid på Toll Havs. Dens placering gør at tusindvis af mennesker vil se stedet.

Tip: Kontroller, når du er færdig med din kampagne, om det løser dit problem, og om det fungerer som forventet

### Hvem skal caféen henvende sig til? (Målgruppe)

Unge mennesker i alderen 20-35 og turister.

### Hvordan ser en typisk kunde ud? (stil, udseende, beskæftigelse, andre kendetegn)

Tøjet er meget standard i udsende, ikke noget dyrt eller prangende der stråler høj indkomst. Afslappet i stilen og nede på jorden. Studerende og arbejder selv som barista eller tjener. Kommer gerne i flokke på 2-4mand og nyder gerne en øl og en smøg i solen.

### Hvad ved du om din målgruppe, der kan hjælpe dig?

Det er unge mennesker vi skal appellere til, hvilket gør at vores online marketing skal ramme dem. Men også have i mente at mange turister befinder sig ude på refshaleøen, så i ferieperioderne må det content der bliver lagt ud også gerne appellere til turister.

Målgruppen er heller ikke dem med mest mønt på lommen, så vores priser og tilbud skal ramme dem.

**Hvad vil interessere og engagerer caféens kunder?**

Bruge udearealet meget til at tiltrække caféens kunder. Dette kunne bl.a. gøres ved at afholde events i form af koncerter, stand up eller andet. Generelt bruge placeringen til at markedsfører sig.

Tip: Selvom du har en målgruppe, er det godt at have en pludselig person i tankerne

**Hvad vil du have, at målgruppen skal vide (proposition)?**

Tænk "Hvad": Nøglebesked, forslag, løfter-

Der er fokus på mangfoldighed og tilgængelighed i forhold til pris.

Tip: Sørg for at besvare spørgsmålet enkelt og maks. en besked. Svar med en sætning, max to.

**Hvad skal de føle og tænke?**

De skal føle sig velkommen og have en tanke om at de gerne vil komme igen.

**Hvordan siger man det (stemmetone)?**

Rar og indbydende toneleje

**Hvilken følelse vil du appellere til?**

Den kærlige og omfavnende følelse (Patos)

**Hvordan vil du have dem til at reagere når de træder ind på caféen?**

Undersøgende og de skal føle sig velkommen

**Hvad skal de gøre?**

De skal gerne undersøge hvad cafeen har at byde på, og det bedste ville være hvis de prøvede en ny øl eller en ny vin.

**Medier:**

(Tænk hvor og hvornår?)

Instagram og facebook bliver vores main source. Grunden til dette er at størstedelen af mennesker bruge disse to medier.

**Hvilken type medier vil være mest relevante at lancere caféen på?**

Instagram eller hjemmeside

**Hvilke medier når mest ud til målgruppen?**

Instagram

**Hvad er det optimale for caféen?**

Det optimale for caféen er at omtalen går og at folk nyder deres tid derude så de kommer igen.

**Har du tænkt på at bruge alternative medier?**

Caféen kommer til at benytte sig af offline medier i form af visitkort, costers, etiketer, klippekort, plakater, to-go kopper, pap sixpack holder (øl), to-go papirposer og tæpper

**Og måske bruge medierne på en anden måde?**

Lancering af konkurrencer, events og updates