



swatch[®]

CAMPAÑA PUBLICITARIA

Dayra Canchignia
María José Delgado
Fernanda Morillo
Camila Rosero
Juan Esteban Tandazo

Joyas/relojes

Desde 1983 por Nicolas Hayek

Swatch

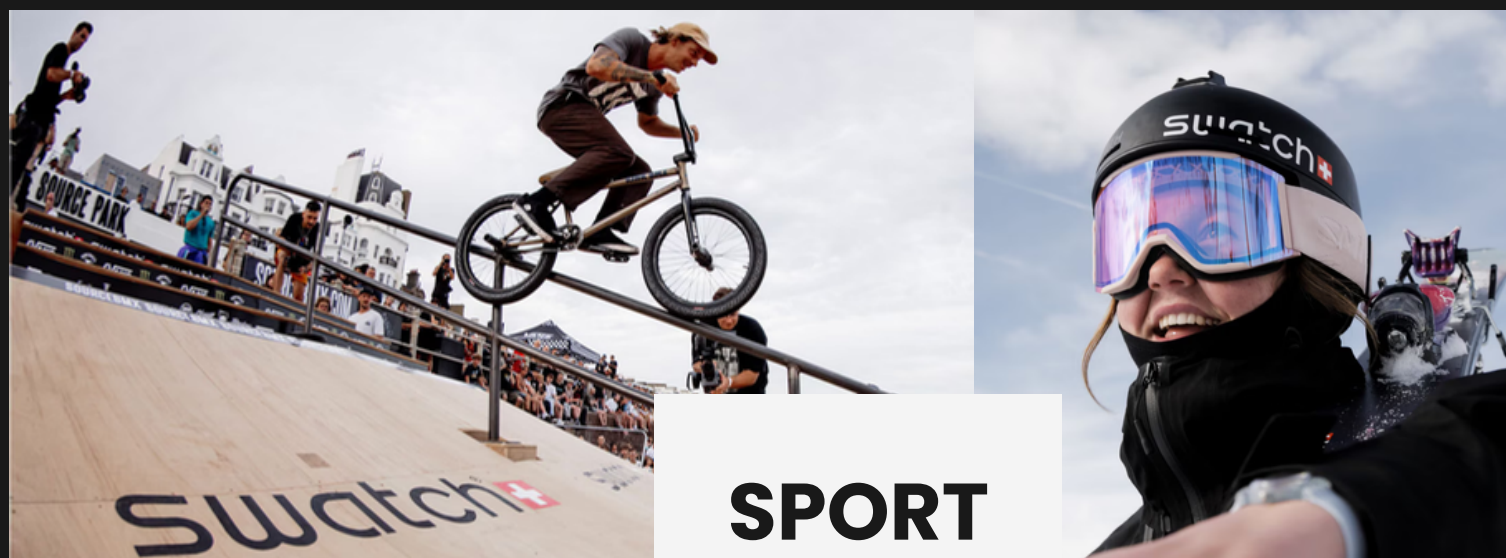
"secondary watch" (segundo reloj)
Relojes pensados como accesorios
casuales

"Love art. Love sports. Love life. Love, Swatch"

swatch[®] 



Grupo suizo activo en el diseño, fabricación y
venta de relojes, joyas y componentes de
relojes.



SPORT



ART

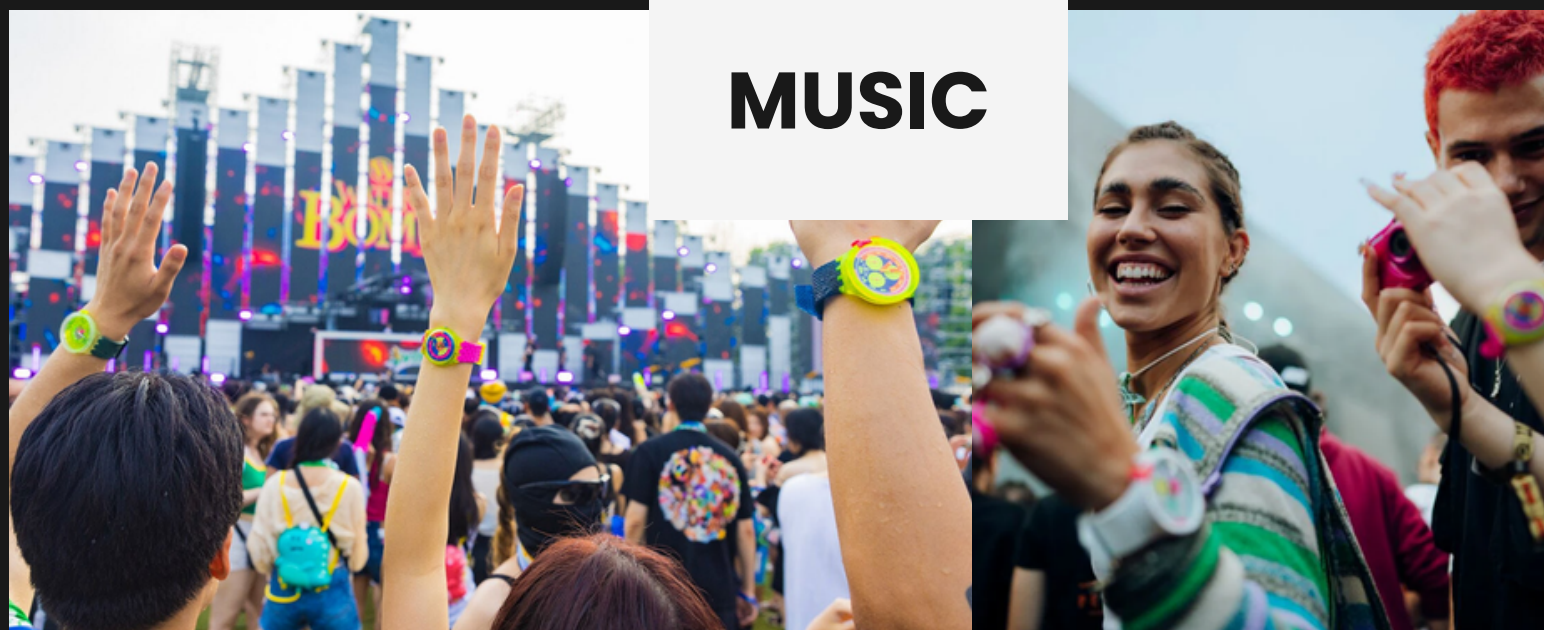
swatch[®] 

BY

COLOR
STYLE
COLLECTION



MUSIC



PRODUCTO PARA LA CAMPAÑA

MOONSWATCH COLLECTION

- Elegante
- Resistente



- Minimalista
- Suave al tacto

SWATCH X BIO CERAMIC

1. Estrategia de Marketing

a) Definir audiencia ¿QUIÉN?

Público: Jóvenes y adultos

Target (Segmentación de audiencia):

CARACTERÍSTICAS:

- **Geográficas:** **Ubicación del consumidor:** Europa occidental
- **Demográficas:** **Edad:** Mayores de 18 años
Género: Cualquier género
Nivel educativo: Todos
Nivel socioeconómico: Alto
Prácticas culturales: Personas que tienen una profunda conexión con la naturaleza y la astrología.
- **Psicográficas:** **Gustos y preferencias:** Personas que les gusta lo minimalista, colores neutros pero brillantes.



1. Estrategia de Marketing

Nicho de mercado:



Colección pensada en gente cuyas preferencias se inclinan al uso de relojes elegantes y minimalistas con temática astrológica.

b) Enfoque de mercado ¿PARA QUÉ?

- Ayuda a marcar la personalidad de quienes usan los relojes.

“La imagen de un reloj determina la de su portador”

- No solo es útil a la hora de medir el tiempo, sino que complementa el estilo y outfit de la persona.
- Prestigio o estatus por la imagen que venden los relojes.

Satisface necesidad de:

Reconocimiento

Autorealización

2. Estrategia de Publicidad

a) ¿QUÉ?

“Conectar con la energía de la Luna”

La colección MooSwatch invita a embarcarse a un viaje astronómico con 4 relojes únicos inspirados en las fases más mágicas de la luna:



“Lleva contigo la magia del cielo nocturno a donde vayas”.

- Capturan la esencia y la belleza las lunas en BIOCERAMIC.

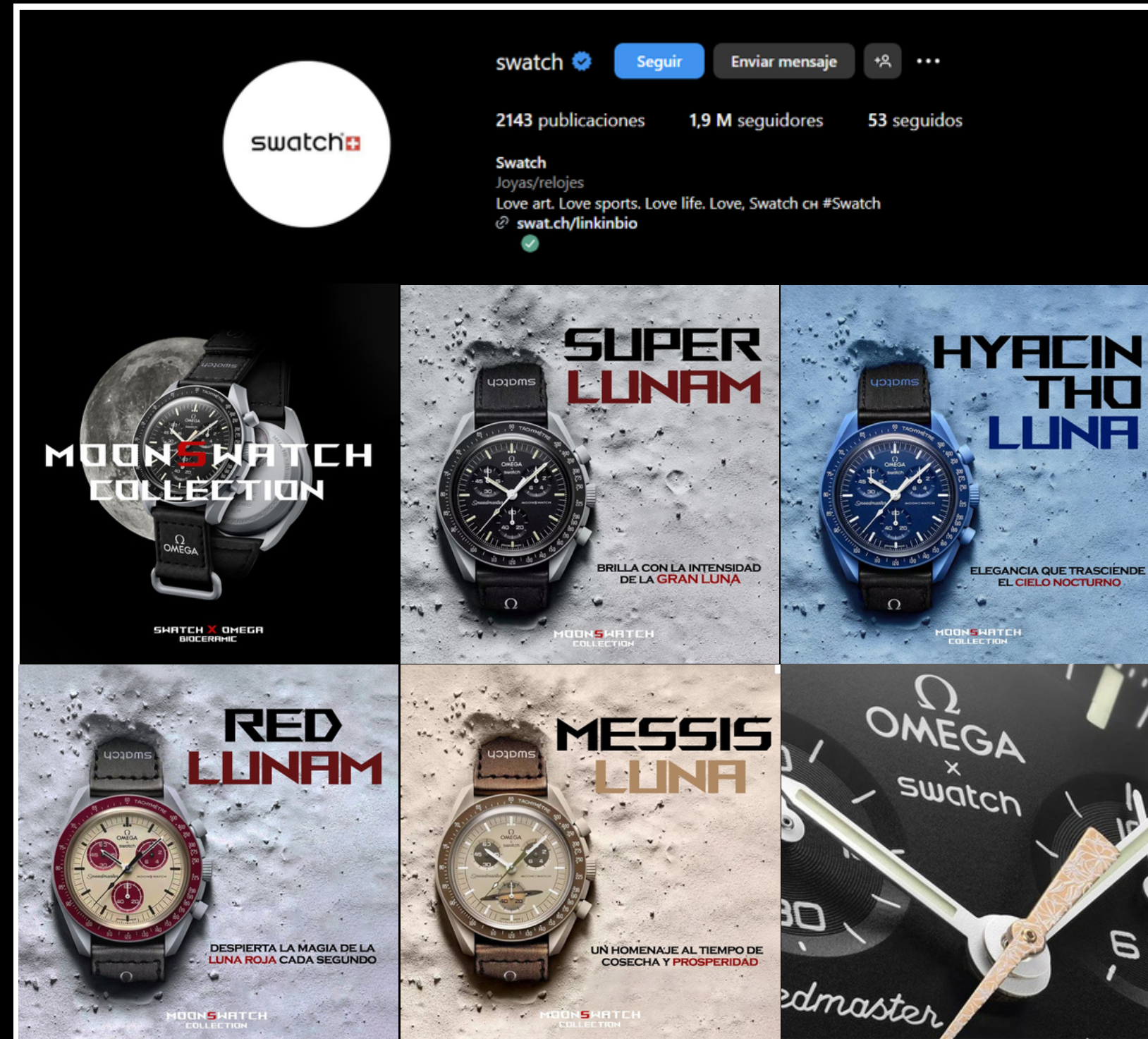
b) ¿CÓMO?

A través de REDES SOCIALES:

- INSTAGRAM



INSTAGRAM STORIES



POST

c) ¿CÓMO?

A través de MEDIOS DIGITALES:

- YOUTUBE



- BANNERS en exteriores



ANUNCIOS Trueview in-stream

b) ¿CUÁNDO?

- Concidir con los eventos astronómicos:
(Fechas de las lunas)

SIMBOLISMO

PRELANZAMIENTO

Genera intriga en los consumidores

2 semanas antes

TEASER de la nueva colección

- Post en redes sociales

COMING SOON

"Imagina llevar la serenidad de la Luna y la precisión de Swatch en tu muñeca"

LANZAMIENTO

Revelación que genere impacto en el consumidor

- POST de cada reloj de la colección con un concepto.
- BANNERS en exteriores o eventos culturales y artísticos.
- Colaboraciones con celebridades o atletas.

POST LANZAMIENTO

Posicionar la nueva colección en la mente de las personas

- Anuncio en YOUTUBE



GRACIAS

