



KUNDE- OG PRODUKTBESKRIVELSE

Statistiske optællinger viser, at antallet af singleforældre stiger stødt over hele landet - en konsekvens af de mange skilsmisser og parforholdsbrud i Danmark. Samtidig opstår nye moderne familieformer - men det kan være svært at finde overskud til at finde en ny partner i en travl hverdag som enlig forældre.

Teamet bag Love4Ever har identificeret et stort behov blandt målgruppen for en platform, hvor de nemt og effektivt kan møde nogen i samme båd hjemmefra kun med en telefon og en internetforbindelse som hjælpemidler. De har derfor udviklet dating-app'en Love4Ever.

KUNDEØNSKE

Love4Ever ønsker at være den første og førende platform, hvor singleforældre kan finde hinanden.

Love4Ever app'en skal netop nu lanceres, og teamet bag ønsker en kampagnofilm, der sørger for at målgruppen kender til app'en og ikke er i tvivl om, hvordan den kan gøre det nemmere for lige netop dem at finde kærligheden på ny.

Reklamen skal ud på sociale medier som Facebook og Instagram, hvor mange singler i forvejen plejer deres sociale kontakter.

ARBEJDSSPØRGSMAÅL

- **Hvad er specielt ved jeres målgruppe, og hvordan vil I lige netop ramme den?**
- **Hvad er budskabet i jeres reklame?**
Budskabet skal kunne formuleres i én sætning.
- **Hvilke virkemidler vil I bruge i jeres reklame?**
Fx. en brand character / kendingsmelodi / kendte personligheder / humor / kliché.
- **Vælg en baggrundsfilm og overvej jeres handling**
I kan lave et storyboard og skrive replikker ned. Er der særlige rekvisitter I vil have med? Bemærk: I kan klippe jeres logo ind i filmen.



KUNDE- OG PRODUKTBESKRIVELSE

Durazell er ét af landets førende firmaer indenfor energidrikke og har eksisteret siden 2005. Firmaet har hidtil solgt energidrikke med et højt koffeinindhold, men vælger nu at bytte dette ud med druesukker og vitamin B3 og B6, der giver naturlig energi.

Durazell bevarer sin søde karakteristiske smag, men har givet emballagen et mere organisk look.

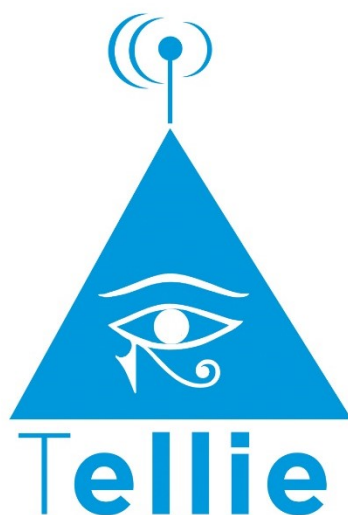
KUNDEØNSKE

Durazell har indtil nu med succes henvendt sig til den yngre målgruppe. Nu vil firmaet gerne vinde en ny målgruppe, der ofte mangler energi i hverdagen - småbørnsforældrene. En undersøgelse viser, at småbørnsforældre drikker i gennemsnit tre kopper kaffe pr. person om dagen.

Durazell efterspørger en TV-reklame, der for alvor fanger småbørnsforældrenes opmærksomhed når de ser fjernsyn efter børnene er lagt i seng.

ARBEJDSSPØRSMÅL

- **Hvad er specielt ved jeres målgruppe, og hvordan vil I lige netop ramme den?**
- **Hvad er budskabet i jeres reklame?**
Budskabet skal kunne formuleres i én sætning.
- **Hvilke virkemidler vil I bruge i jeres reklame?**
Fx. en brand character / kendingsmelodi / kendte personligheder / humor / kliché.
- **Vælg en baggrundsfilm og overvej jeres handling**
I kan lave et storyboard og skrive replikker ned. Er der særlige rekvisitter I vil have med? Bemærk: I kan klippe jeres logo ind i filmen.



KUNDE- OG PRODUKTBESKRIVELSE

Tellie er en veletableret udbyder af mobilabonnementer. Firmaet nyder stor kundetilfredshed blandt andet på grund af deres gode dækning, men mangler at få fat i 65+ kunderne. De har nu gjort en række tiltag for at udvikle et ældrevenligt mobilabonnement. Abonnementet er kendetegnet ved tryghed for brugeren. Kunden kan få hjælp af en medarbejder, der kommer ud til vedkommendes bopæl, så han/hun ikke skal søge info på internettet. Medarbejderen kan sætte kundens telefon op på en let anvendelig og overskuelig måde. Der medfølger desuden en gratis musikstreaming service "Oldes Rokkestol" med fokus på musik udgivet før 1980, der kan erstatte brugerens samling af gamle slidte kassettebånd og LP'er."

KUNDEØNSKE

Tellie ønsker en reklame, der gør målgruppen 65+ opmærksom på at firmaet lancerer det nye abonnement: Pensionist+.

Reklamen skal fange målgruppen og vise, hvilke fordele abonnementet har for netop dem.

Det er vigtigt at reklamen målrettes en platform, den ældre målgruppe benytter, og at tempo og virkemidler samt budskab går rent ind. Derfor ønsker Tellie at reklamen både skal vises før biografforestillinger og i bybusserne, som mange pensionister benytter dagligt.

ARBEJDSSPØRSMÅL

- **Hvad er specielt ved jeres målgruppe, og hvordan vil I lige netop ramme den?**
- **Hvad er budskabet i jeres reklame?**
Budskabet skal kunne formuleres i én sætning.
- **Hvilke virkemidler vil I bruge i jeres reklame?**
Fx. en brand character / kendingsmelodi / kendte personligheder / humor / kliché.
- **Vælg en baggrundsfilm og overvej jeres handling**
I kan lave et storyboard og skrive replikker ned. Er der særlige rekvisitter I vil have med? Bemærk: I kan klippe jeres logo ind i filmen.



KUNDE- OG PRODUKT BESKRIVELSE

Legetøjsfirmaet "Fidgetfabrikken" blev grundlagt i 1987. Fidgetfabrikken fremstiller Fidget Spinnere til det nordiske marked. En Fidget Spinner er en type stressafhjælpende legetøj, der kan hjælpe brugeren med at frigive nervøs energi og stress. Grundlæggende består en fidget spinner af et lege i midten af genstanden med to eller flere arme, der kan være fremstillet af forskellige typer metal eller plastik.

KUNDEØNSKE

"Fidgetfabrikken" oplever et faldende salg af Fidget-Spinnere. Den første bølge af entusiasme har lagt sig.

Firmaet ønsker en fantastisk genlancering og comeback af produktet. De skal bruge en reklamevideo, der er sjov, spændende og skaber ny interesse for produktet. Målgruppe er de 6-10-årige.

Videoen skal laves i samarbejde med en influencer og ud på sociale medier som Snapchat og YouTube.

ARBEJDSSPØRSMÅL

- **Hvad er specielt ved jeres målgruppe, og hvordan vil I lige netop ramme den?**
- **Hvad er budskabet i jeres reklame?**
Budskabet skal kunne formuleres i én sætning.
- **Hvilke virkemidler vil I bruge i jeres reklame?**
Fx. en brand character / kendingsmelodi / kendte personligheder / humor / kliché.
- **Vælg en baggrundsfilm og overvej jeres handling**
I kan lave et storyboard og skrive replikker ned. Bemærk: Der er fidget spinnere I kan bruge i studierne og I kan klippe jeres logo ind i filmen.