

Uppdragsbeskrivning

STRATEG
CASE
CHALLENGE
2016

WER ska ställa ut på Automässan i Göteborg, den 18–21 januari 2017. Er uppgift är att ta fram ett kreativt koncept för hur montererna på Automässan ska se ut och för hur WER ska kommunicera med sina målgrupper före, under och efter mässan.

Före mässan: Hur ska WER få målgrupperna intresserade av att besöka deras monter på mässan?

Under mässan: Hur ska mässmontern locka till besök? Vilket tema ska den ha? Och vad kan WER göra för att marknadsföra sig under mässdagarna?

Efter mässan: Hur ska WER göra för att fånga kunderna efter mässan?

Under förmiddagen

1. Fyll i den kreativa briefen

I kuvertet finns en kreativ brief – den är ifylld, förutom två rubriker: huvudbudskap och insikt. Vilket huvudbudskap vill ni att målgrupperna ska komma ihåg? Och vilken är den avgörande insikten som ni kan bygga kommunikationen på? Fundera på hur ni vill svara på de två frågorna utifrån bakgrundsinformationen ni fått.

2. Ta fram ett bärande koncept

Dags att bli kreativa! Hur ska WER kommunicera före, under och efter mässan? (Se närmare förklaring ovan.) Vad är ert koncept? Vilken kreativ idé ska förmedla kampanjens huvudbudskap? Vilken tonalitet och vilket visuellt uttryck ska WER ha? Ni behöver inte redovisa någon ekonomisk plan, men ni ska kunna motivera att kampanjen är realistisk och genomförbar.

3. Kanalval och tidslinje

Vilka kanaler och medier är mest effektiva för att nå ut med ert budskap till målgrupperna före, under och efter mässan? Motivera vilka kanaler WER ska finnas i och sätt ihop en tidslinje över när de ska synas var.

Gå igenom de tre stegen ovan och förbered sedan en pitch. Vill ni göra en Keynote- eller PPT-presentation, lämna in den till juryn på ett USB (finns i kuvertet) senast klockan 11.00. Ni har tio minuter på er att sälja in just er idé till juryn.

Tips! Tänk på byggande klimat. Dessa aldrig någons idé - bygg vidare på den.

Under eftermiddagen

Under eftermiddagen är det dags för de lag som gått vidare att utveckla sina kampanjidéer. Förfina och putsa. Nu ska ni kunna visa hur de olika enheterna i kampanjen ser ut och/eller låter. Gör en skiss på montererna. Har ni valt att göra en radioreklam? Skriv ett manus. Ska ni ha annonser? Sätt text och bildspråk – och visa hur de ska se ut genom att skissa för hand eller i InDesign/Photoshop.

Förbered er pitch inför juryn. Ni har femton minuter på er att sälja in er kampanj. Alla lag ska lämna in varsin Keynote- eller PPT-presentation på ett USB (finns i kuvertet) till juryn senast klockan 16.00.

Juryn kommer att bedöma:

- Huvudbudskap och insikt
- Koncept och idé
- Hur ni resonerar kring kanalval och tidslinje
- Om förslaget är ekonomiskt realistiskt
- Presentationsteknik



Lycka till!