

Disclaimer:

En knivig uppgift som inte blev bättre av att föregående veckas datorkrasch innebar att diverse jobb var tvungna att göras om och att det tog tid att få min egen dator tillbaka.

Framförallt är jag van att jobba fram koncept tillsammans med en AD, jag kände mig lite 'halv'. Det var också svårt att jobba med en produkt som inte var researchbar - den finns ju inte.

Genom att jag själv får definiera produktens egenskaper finns alltför många möjligheter, vilket faktiskt begränsar, åtminstone min, kreativiteten.

Så. Ta det för vad det är.

Kommunikativa mål: Ant-I

Ant-I är ett nytt medel på marknaden för bekämpningsmedel. Det kräver ett initialt skede av imageannonsering (Anmonsförslag 1.x). Nästa steg blir att mer marknadsföra produktens essens (Anmonsförslag 2).

I nästa kvartal (Q3) kommer ytterligare produkter att släppas i serien HusETT. HusETT är en serie med nya high-end-produkter för bekämpning av olika skadedjur i bostadshus. Ant-I är den första i serien och därmed bärare av image för hela serien.

Logos (veta):

Konsument ska veta

- att medlet är effektivt mot myror (och antagligen mot andra skadedjur) i åtminstone ett halvår, kanske längre.
- att Ant-I är ofarligt för människor om det används rätt men att förpackningen ska vara utom räckhåll för barn.
- att det är ett high-end-medel.

Ethos (tycka):

Konsument ska uppleva

- att Ant-I som en fullgod ersättning för andra myrmedel på marknaden, framförallt att medlet är miljövänligt och att dess primära uppgift är att hindra hästmyror och andra skadeinsekter från att komma in/åt huset snarare än att döda dem.
- att Anticimex är ett modernt företag som erbjuder högklassiska tjänster och produkter som är vänliga mot människor, miljö... och myror.

Pathos (känna):

Konsument ska känna

- att han/hon gör något bra när hon/han väljer Ant-I. Att köpa Ant-I är att bry sig det där lilla extra.
- att Anticimex tillverkar och säljer Ant-I, vilket ska borga för att det är vad som utlovas - konsument ska känna trygghet och vara säker på att de valt rätt när de tar burken med Ant-I.
- att Ant-I är i premiumklass. Genom sin annorlunda design ska köpet av den kännas lite extra.

Varumärkes/produktmärkesmål (göra):

Ant-I ska om ett år vara top-of-the-brand mind i målgruppen när det gäller medel mot myrangrepp. 65% av dessa ska veta att det är Anticimex' produkt. Åtminstone 30% av dem som har Ant-I som top-of-the-brand mind ska också koppla Ant-I till serien HusETT.

Försäljningsmål (göra):

Ant-I ska senast under augusti månad finnas i både ICA:s och Coop:s normalsortiment, på grund av efterfrågan från konsumenterna. Försäljningen ska nästa sommar ligga mellan 35-40% av myrmedelsmarknaden i målområdet.

Annonsförslag: Ant-I

Nummer 1.1

bild[en stor burk med Ant-I, mot en vit bakgrund... lite fresh, crispy bild men ändå - man förstår att den är stor... för en myra. En myra som flyr hals över huvud.]

Nummer 1.2

bild[en stor burk Ant-I mitt i ett myller av myror och det är en rejäl cirkel fri från myror alldeles runt burken.]

[Anticimex logotype]

copytext för både 1.1 och 1.2[små textrutor längst ned]

Ett nytt snällt men effektivt myrmedel. Ant-I är ett resultat av Anticimex' långa erfarenhet och högklassiska forskning. Ant-I är snällt både mot miljö, människor. Och mot myror.

Ant-I är en av produkterna i Anticimex' nya serie HusETT. Produktserien löser de problem du som husägare har med skadedjur. Serien innehåller endast miljö- och människovänliga produkter.

Annonskoncept: Ant-I Nummer 2

[överst]

"Det är inte lätt att vara myra."

bild[i en pratbubbla från gräset på en villa-'allmänning']

"Det är inte enkelt att vara myra. Är det inte hungriga fåglar så har folk i grannskapet spritt ut Ant-I. Det går inte att bo någonstans. Hemlös myra, har ni hört på maken? Fast gubben Persson har inte hållt ut nåt medel. Den snåle fan. Men hos honom är det redan överfullt. Rena myr-Tokyo. Och snart är det vinter. Kära hjärtanes, vad ska jag ta mig till?"

[**produktbild**]

[text i nedre delen av annonsen]

Visst kan man tycka lite synd om Harriet. Hon gillar inte oss på Anticimex. Men husägare gillar oss. Ant-I är ett resultat av vårt företags långa erfarenhet och högklassiska forskning. Det är snällt både mot miljö, människor. Och mot myror.

[Anticimex-logotyp]

[liten text längs hela bredden allra längst ner i annonsen]

Ant-I är en av produkterna i Anticimex' nya serie HusETT. Produktserien löser de problem du som husägare har med skadedjur. Serien innehåller endast miljö- och människovänliga produkter.