



Wonderland 1

Brief projeto

Consumidora:

A consumidora com quem falamos é uma verdadeira mãezona. Tem seus filhos como principal tesouro da vida e valoriza essa relação afetiva. Importa-se com tudo o que eles fazem, preocupa-se e quer que eles tenham o que há de melhor e se desenvolvam ao máximo. Está disposta a fazer sacrifícios para ver seus filhos felizes.

E, fazer um filho feliz não é só comprar coisas caras. Às vezes, basta ser simples e apoiar a brincadeira dele com os amigos.

Essa mulher tem sonhos, mas os sonhos familiares são mais importantes que os sonhos individuais. Sonha em ter mais tempo e dinheiro para viajar com a família, comprar uma casa maior e mais gostosa, dar um bom futuro para os filhos e vê-los felizes.

Passa boa parte do dia em casa e, quando está fora, geralmente está fazendo coisas para a casa e para a família. Assiste aos programas da manhã, aprende novas receitas e dicas para cuidar da casa e da família.

Amorosa, maternal e zelosa são 3 palavras que descrevem esta consumidora.

Marca:

A marca quer ser parceira desta mulher para ajudar no desenvolvimento de seus filhos. Se fosse uma cor, seria vermelha pela relação com o amor e o calor maternos.

Essa marca combina com Pampers Fraldas, J&J e Hipoglos pelo cuidado que tem pela relação mãe/filho.

Se fosse um programa, seria a Grande Família, pois é uma família real, unida e alegre. Afeto, liberdade e desenvolvimento são palavras que indicam o que a marca quer ser.

TEMA:

O que queremos: explorar emoções, significados afetivos ligados a cheiros/perfumes.

O que não queremos: elementos racionais, descrição de fragrâncias, tipos de fragrâncias.

Questões para inspirar:

Quais os principais momentos da infância? Esses momentos têm um cheiro? Que cheiro?

Quais as emoções associadas a cheiro de infância?

Como seria um cheiro de acampamento, de férias, de escola?

O que passam esses cheiros de infância?

O que os cheiros evocam no adulto?

ESTAS QUESTÕES SÃO APENAS BASE PARA INSPIRAR, NÃO RESTRINGEM ABSOLUTAMENTE O CAMPO DE ABORDAGEM PARA O PROJETO.