



CONCURSO DE CREATIVIDAD PUBLICITARIA
ESCUELA DE PUBLICIDAD UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO
BRIEF #2

Información General

- Cliente : HSBC Holdings plc.
- Producto/ servicio : HSBC Chile
- Categoría : Servicios Financieros
- Sub categoría : Bancos
- Tipo campaña : **Lanzamiento**

Marca

- HSBC es un banco internacional (dentro de los 3 más grandes del mundo) presente en más de 85 países en el mundo, más de 100 millones de clientes y más de 400 mil empleados alrededor del mundo. En Chile HSBC hoy opera como un banco netamente orientado a las inversiones, banca empresa (multinacionales) y Banca Privada. Ésta tiene como objetivo ayudar a los individuos y familias de alto patrimonio a manejar su riqueza actual y desarrollar nuevas fuentes de riqueza para futuras generaciones.

Plan de Acción

- Nuestro plan a mediano plazo es lanzar **la banca personas**, esto significa entrar a competir en el mercado chileno con todos los productos que un banco posee (cuenta corriente, tarjetas de crédito, créditos hipotecarios, créditos de consumo, etc.).

Grupo Objetivo

- Nuestro target objetivo serán hombres y mujeres entre 30 y 60 años de edad, personas con un alto poder adquisitivo (sueldo mínimo \$5.000.000 de pesos), son personas que nosotros llamamos (“Cosmopolitas ABC1”) viajan mucho, conocen muchas culturas, están a la vanguardia en temas como la tecnología, moda, arte, arquitectura, diseño, automóviles. Por todo lo mencionado anteriormente son personas a las que cuesta mucho sorprender.

¿Qué necesitamos?

- Objetivo: Necesitamos desarrollar una acción de **Marketing Experiencial - BTL** el cual sea lo suficientemente innovador e impactante para llamar la atención y dar a conocer el banco.
- Cuándo: Esta acción debe ser desarrollada el día de la apertura de la primera sucursal del banco.
- Dónde: Debe ser implementada el centro de Santiago, específicamente en la calle Estado.
- Qué debe lograr: Que las personas se enteren del suceso y que los medios de prensa y TV cubran la acción ya que no hay presupuesto para comunicación masiva.
- Como dato les podemos decir que la **ÚNICA** forma que tenemos para lograr que los medios cubran la acción, es que ésta sea **INNOVADORA E IMPACTANTE**.

¿Qué se pide?

- Una montaje de BTL desarrollado en una pieza tamaño carta. (22 x 28 cms. aprox.)
- Incluir en la pieza la explicación de la pieza, si es que la requiere.
- Nombre del Equipo y Nombre de la Pieza (opcional).
- Logo disponible en la Web.

Formato y Plazo de Entrega

- La pieza debe ser enviada vía email a: lacatapulta@pegaelgrito.cl, junto con el nombre del grupo.
- Se recibirán las piezas hasta el día Viernes 30 de Octubre, hasta las 23:59 hrs.