

BRIEFING MEDIA

YOUNG LIONS 10

Cliente: Delta Cafés

Data de entrega: até às 18h00, do dia 19 de Maio de 2010

A marca

A Delta Cafés, na pessoa do seu fundador, Manuel Rui Azinhais Nabeiro, transportou para o modelo de negócio a essência relacional da magia do café. A ligação entre a empresa e os seus clientes é em tudo idêntica à do homem do balcão e do seu cliente de todas as manhãs: aprenderam juntos a confiar e a partilhar a vida no aroma de uma chávena de café.

Ao longo de quase 50 anos de existência, a Delta Cafés sempre se destacou pela Humildade, Solidariedade, Qualidade, Lealdade, Segurança, Verdade, Transparência, Integridade, Competência Técnica e uma grande vontade de fazer e aprender, valores que estima como património.

A Delta Cafés é directamente reconhecida pelos produtos que vende na HORECA (lotes de café Diamante, Ruby, Ouro e Platina), e pelos lotes à venda na distribuição (como o Lote de Chávena e Cafés de Origens Seleccionadas). A exigência do mercado e a constante evolução empresarial levaram à entrada no mercado das cápsulas, o que acrescentou uma nova dinâmica a esta empresa líder.

Delta Q fez face às marcas instituídas com um produto nacional, que representa a face de inovação do universo Delta Cafés. Delta Q permitiu a democratização do mercado, com um produto acessível a todas as pessoas, à venda em todos os super e hipers nacionais, a distribuição é uma das vantagens competitivas desta marca.

“Beber um café é muito mais que consumir uma bebida forte e estimulante. É acima de tudo, pedir um momento intenso e inspirador onde a natureza se mistura com a arte de saborear o café dos cafés.

A Delta Q acrescenta a poesia do café perfeito aos momentos únicos da sua casa, levando-lhe o requinte, a paixão e o prazer do melhor café espresso.

De sabor acentuado e aveludado, o mais genuíno café espresso permite-lhe que cada momento ideal se torne ainda mais marcante.

Porque para cada momento de prazer, há um sabor certo e uma satisfação única, descubra na Delta Q, o café dos cafés.”

Os 7 blends Delta Q foram cuidadosamente criados segundo o paladar português, através dos anos de experiência dos provadores da Delta Cafés. deQafeinatus é um blend rico, original, verdadeiro, tão bom como qualquer expresso, mas sem cafeína, revelando-se uma verdadeira alternativa ao café normal. Qalidus, é forte, ambicioso, ultra-intenso, assumindo-se como uma extraordinária fonte de energia e concentração. O blend Qahracharacter é intenso, encorpado, sofisticado, destaca-se por transformar qualquer altura do dia num momento único de prazer. AQtivus é um blend dinâmico, jovem, aventureiro, capaz de proporcionar sensações surpreendentes pelo seu extra de energia. ideal para acompanhar momentos decisivos do dia. Qonvivism é sedutor, urbano e descontraído, é ideal para um serão em casa com os amigos que não dispensa um expresso à altura. deliQatus suave, subtil, envolvente, apresenta-nos uma cuidada selecção de paladares exóticos que, quando combinados, criam um expresso verdadeiramente inspirado.

A sede de criar tendências levou a que Delta Q, em Março de 2009, lançasse RedQ, um revolucionário e exclusivo chá expresso, com uma composição 100% natural de planta de Rooibos. O único chá expresso do mundo, RedQ é naturalmente isento de teína ou cafeína, e contém 3 vezes mais anti-oxidantes que uma chávena de chá verde, propriedades únicas e benéficas para a saúde.

A inovação Delta Q não estaria completa sem uma aposta clara nas máquinas de sistema exclusivo. Com isto em mente, Delta Q lançou em Novembro de 2009 a Qosmo, a primeira máquina desenhada e produzida inteiramente em Portugal. A Qosmo tem uma estética minimalista, para homens e mulheres Qosmopolitas, que primam pela qualidade da tecnologia e do café, bem como pela estética do produto. Por outro lado, como a primeira máquina de café expresso com uma pega incorporada e dimensões bastante compactas, a Qosmo adapta-se a todas as ocasiões e pode ser levada para onde se quiser.

Em 2008 abriu o primeiro espaço Delta Q, que combina take-away e cafetaria e tem um conceito muito próprio da marca. Está previsto para 2010 a abertura de 2 novas lojas Delta Q.

Nos próximos anos a Delta pretende continuar a marcar as tendências do café, lançando novos produtos, quer sejam máquinas ou edições limitadas de blends, diferenciadores em relação ao já existente no mercado. A Delta Cafés é a prova viva do potencial tecnológico e técnico dos portugueses e uma marca nacional pelo mundo.

Timing

Período de compras de Natal (comunicação entre 2ª quinzena de Outubro, Novembro e Dezembro). Esta época representa uma quantia importante na venda de máquinas de café em cápsulas

Objectivos comunicação

Na defesa da curva de crescimento da marca, a comunicação Delta Q assentará em dois eixos:

1) Consolidação dos valores da marca Delta Q

- Reforço da notoriedade da marca Delta Q
- Incremento do seu Top-of-mind.

2) Inovação

- Alavancar as vendas de Delta Q coadjuvada pela oportunidade do momento (período propício à compra).

O consumidor

Num universo de 4.340.000 indivíduos, 65% são consumidores frequentes de café, dos quais 18% revelou consumir café em cápsulas.

Target: A/B ,C1,C2; 25/54 anos

Objectivos de meios

Na persecução dos objectivos traçados e atendendo ao alvo definido, os objectivos de media passam pela garantia da eficácia da comunicação através da maximização das seguintes variáveis:

Cobertura - Construção cobertura alargada e transversal a diferentes segmentos.

Frequência - Calibrada em função dos objectivos da comunicação (assegurar o Top-of-Mind da marca e capaz de suscitar interesse e induzir à compra)

Impacto - Criação Diferenciação Relevante , quer seja pela procura de meios/suportes distintos da concorrência, quer seja pela procura de posições preferenciais = maximização da recordação

Inovação – Identificação de suportes disruptivos para contactar com o target, capaz de criar recordação e memorização profunda das mensagens

Budget Disponível para Espaço

3 500 000 € tabela (trabalhar com valores tabela)

Nota Adicional

A selecção dos meios a utilizar e respectivos formatos é livre devendo apenas respeitar o budget disponível para espaço

PARCEIROS OFICIAIS



PARCEIROS MEDIA



APOIOS

