

Brand Identikit Book

Il best-seller
sulla Brand Identity
alla quarta edizione



Ricerche Donna Moderna lancia un'analisi per approfondire il vissuto delle donne rispetto ai prodotti delle grandi marche

L'indagine è associata al concorso "Grandi marche, Love you" che premia 100 partecipanti tra i lettori in 10 settimane, promosso dal magazine e da una campagna digitale sul network Mediamond

Le donne di oggi, multitasking, equilibriste e coraggiose nell'affrontare le sfide che la vita quotidiana presenta, sono responsabili dell'80% degli acquisti in famiglia. Le loro scelte, compiute in contesti sociali caratterizzati da una crescente mutevolezza e complessità, influenzano in maniera netta i mercati e orientano i consumi.

Il concorso

Approfondire i bisogni, comprendere la relazione di fiducia instaurata con i brand, studiare nuovi comportamenti di consumo per comporre un quadro di valori ed esigenze dell'universo femminile. Questi sono gli obiettivi che si pone l'indagine lanciata da Donna Moderna, il magazine del Gruppo Mondadori diretto da Annalisa Monfreda, in collaborazione con Centromarca, l'Associazione Italiana dell'Industria di Marca. Il progetto prevede il coinvolgimento attivo dei lettori con l'adesione al concorso "Grande Marche, Love You", avviato contestualmente, che ingaggerà gli utenti con dinamiche partecipative declinate su molteplici media.

L'iniziativa

Online da oggi, sul minisito creato per l'occasione <https://www.donnamoderna.com/concorsograndimarche> l'iniziativa avrà una durata di dieci settimane. Promosso dal magazine e da una campagna digitale sul network Mediamond, il contest permette ogni settimana a 10 partecipanti di vincere ricche forniture dei prodotti messi in palio dalle aziende associate a Centromarca che hanno aderito all'iniziativa: Di Leo con i biscotti "Fattincasa", Caffè Motta, Pepsico con G Active e Lipton Green Ice Tea Matcha, Ferrero con Kinder Brioss Integrale, Acqua Lette Effervescente Naturale, Farmaceutici Dott. Ciccarelli con Cera di Cupra, S.O.S pelle e S.O.S. denti, Conserve Italia con Valfrutta, FHP con Vileda Turbo Smart.

Come funziona

Ai partecipanti verrà proposto un questionario in cui si indagheranno i fattori che oggi guidano la scelta dei prodotti di Marca per offrire una panoramica sulle abitudini di consumo delle donne. Gli utenti potranno tentare la fortuna quotidianamente con l'Instant win scratch card: entrando nel minisito, potranno giocare più volte e scoprire se si sono aggiudicati i premi istantaneamente. Inoltre più conddivideranno l'iniziativa con i loro contatti social più aumenteranno le giocate e la possibilità di vincere. I risultati della ricerca verranno resi noti durante un evento che si terrà presso il Mondadori Multicenter in Piazza Duomo a Milano e attraverso le pagine, i social e il web di Donna Moderna.

Gioca e vinci con i tuoi brand del cuore

LOVE you

GRANDI MARCHE

Brand Identikit Book

Il best-seller sulla Brand Identity alla quarta edizione

