

THE KASE

BRIEF

Milène Aubert, Céline Didier et Laetitia Fix

LP CC - IUT Mulhouse - Janvier 2017

1. L'annonceur

Lancée en décembre 2012 par Jean-Emile et Steve Rosenblum associés à Johann et Davy Barthes, The Kase est une marque-enseigne internationale. Elle est dédiée au prêt-à-porter et à l'ajustement personnalisé, pour embellir et personnaliser des smartphones et des tablettes.

Les boutiques proposent à la vente des coques personnalisables sur-mesure au design et aux matériaux uniques! En parallèle, d'autres accessoires tels que casques audio, amplificateurs, batteries externes, stickers, bijoux pour smartphones etc ... sont vendus en boutique et sur le site Internet

The Kase offre également à ses clients des solutions de personnalisation prêtes à l'emploi grâce aux créations originales de sa communauté de plus de 3 000 designers et concepteurs (peintres, photographes et illustrateurs) répartis dans 89 pays, qui ont créé plus de 40 000 designs pour coques de smartphones, tablettes et autres produits.

Concept multi-canal mais avant tout uniK, le site de la marque, permet aux designers de poster leurs créations pour les soumettre au vote des internautes. Les œuvres les plus plébiscitées sont alors fabriquées en série et directement vendues dans les linéaires des magasins The Kase.

2. Le produit

Nous désirons mettre en place un atelier de création de coques personnalisées qui seront réalisées directement par le client dans l'arrière boutique, nous aurons les produits et outils à porté de main.

Nous offrons à nos clients un large choix de coques notamment en silicone transparent, en silicone dur transparent, des coques en bois, des coques de couleurs disponible pour tous les modèles de smartphone en vente actuellement. Nous mettons à disposition de nos clients tous les outils nécessaire à la confection de leur coque uniK comme des pistolets à colle, un pyrograveur, des ordinateurs et des imprimantes spécifique à l'impression sur coque. Plus d'une centaine d'accessoire, d'objet ou de bijoux sont proposés pour laisser libre court à l'imagination de nos clients.

Pour cela, nous proposons des créneaux de 30 min pour la création des coques, avec 5 personnes par créneau. Les horaires des boutiques seront de 10h à 19h30 du lundi au samedi, soit 133 créneaux donc 665 clients servis au maximum par semaine (à raison de 19 créneaux donc 95 client servis par jour) !

3. La problématique / le contexte

Nous voulons offrir une coque unique à nos clients, faite de leurs propres mains.

4. Les objectifs de la communication

Notre communication à pour objectif de mettre en avant l'aspect unique de ce nouveau concept, la création de sa propre coque avec des matériaux de qualité tout en respectant la charte graphique The Kase.

5. Le marché cible

Nous souhaitons cibler les jeunes, les jeunes adultes ayant un smartphone voulant le personnaliser, ou toute personne désirant une coque unique à leur image à moindre coût. Mais aussi les personnes aimant le bricolage. Les enfants mineurs doivent être accompagné d'un adulte et il faut avoir minimum 12 ans.

6. Les interlocuteurs

Pour cette campagne nous aurons besoin des services d'une imprimerie (Imprimerie AZ), d'un photographe pour des visuels de qualité et propre à The Kase, un graphiste/infographiste pour créer le visuel et l'harmoniser.

7. Le message

Nous souhaitons faire passer le message simple et marquant. Nos produits sont de qualité, ils sont également design, uniques, personnalisables. Nous voulons mettre en avant le «DIY» Do It Yourself qui signifie «Faites le vous même».

8. La concurrence

Le projet de The Kase n'a pas de concurrence directe, aucune autre enseigne ou marque ne met à disposition des clients un atelier de création. Les concurrents proposent uniquement de la personnalisation en ligne avec photo, comme The Kase actuellement. Ils n'ont, pour la plupart, pas de boutique physique.

9. Le délai

La recherche et la création des différents visuels débiteront la première semaine de Juin 2017. Le rendu final se fera le 7 Juillet 2017, soit 5 semaines de projet. À la fin de ces 5 semaines, nous nous réunirons afin de valider les visuels avant votre envoi à l'imprimeur. Durant la 3^{ème} semaine de Juin nous organiserons également une rencontre dans nos locaux afin de faire un point sur le travail déjà réalisé.

10. Le budget

Pour cette campagne, nous avons un budget total de 400 000€.