



Briefing Our Future Contest

AMUNDI



SAPIENZA
UNIVERSITÀ DI ROMA



Master Universitario in Marketing Management



Briefing AMUNDI per Our Future Project

<https://youtu.be/cN93zTVWyQ>



Il briefing

Preparare un piano di comunicazione di marketing per posizionare l'industria degli investimenti, e Amundi in particolare, come la risposta ai bisogni della famiglia

Obiettivo:

Amundi si propone di diventare il **partner fidato delle famiglie nell'ambito degli investimenti**, offrendo soluzioni personalizzate per soddisfare le esigenze finanziarie di ogni fase della vita. Il piano di marketing mira a posizionare Amundi come la scelta ideale per le famiglie che cercano stabilità finanziaria, crescita patrimoniale e gestione oculata degli investimenti

Target: tutti i potenziali investitori.

Identificare chiaramente il target di riferimento, **suddividendo le famiglie in segmenti** demografici, psicografici e comportamentali. Ad esempio, concentrarsi su genitori giovani che pianificano l'istruzione dei figli, coppie di mezza età che mirano alla crescita patrimoniale e pensionati che cercano sicurezza finanziaria. L'analisi delle dinamiche intergenerazionali può fornire un quadro utile per sviluppare strategie che tengano conto delle diverse esigenze e atteggiamenti delle varie fasce d'età all'interno delle famiglie



Il briefing (segue)

Analisi del Mercato

Effettuare una completa **analisi di mercato** per comprendere le tendenze di investimento delle famiglie, **identificando le esigenze specifiche di ciascun segmento di clientela**. Analizzare la **concorrenza** per identificare i punti di forza e debolezza di Amundi rispetto agli altri attori del settore.

Proposizione di Valore

Sviluppare una **chiara proposizione di valore** che metta in evidenza come Amundi possa aiutare le famiglie a raggiungere i propri obiettivi finanziari. Questo potrebbe includere consulenza personalizzata e strumenti innovativi per la gestione degli investimenti.

Canali di Comunicazione

Identificare i **canali di comunicazione più efficaci per raggiungere il target di riferimento**. Utilizzare una combinazione di strategie digitali, social media, eventi locali e partnership strategiche per aumentare la visibilità di Amundi e comunicare il suo impegno verso le famiglie.



Il briefing (segue)

Tono

Informale e diretto

Vincoli

Qualora il mix di marketing dovesse prevedere l'uso dell'advertising, questo deve essere residuale. Sono preferibili tutte le strategie ad alto impatto e **basso costo**



Cosa dovete fare

- Dividetevi in gruppi da **4 persone**. Ogni gruppo sarà un'**agenzia di comunicazione specializzata nella comunicazione finanziaria**
- Sviluppate la vostra **identity: mission, vision, values e brand personality** della vostra agenzia
- Datevi un **nome** (brainstorming con AI partendo dalle keyword di posizionamento della vostra agenzia)
- **Create un logo del vostro gruppo** usando l'AI o GPTs specializzati o logojoy.com (<https://looka.com/logo-maker/>) che tenga conto degli elementi identitari del vostro gruppo. E anche tutto il **sistema visivo** (colori, font. Ecc.) che dovrete utilizzare nelle vostre **presentazioni**, meglio se coerente con il brand del cliente AMUNDI.
- Leggete bene il **briefing di AMUNDI**, studiate i prodotti finanziari e gli attuali canali di comunicazione, utilizzate l'AI per fare ricerche di mercato sui competitor, cercate i dati sugli investimenti delle famiglie, usate l'AI per analizzare i segmenti di target
- Preparate una richiesta per ChatGPT di una **brand value proposition**, e magari di una **tagline**, e anche di un **testo pubblicitario** da indirizzare al target AMUNDI (indicando i **brand drivers** che dovete identificare rispetto ai vari target nell'ambito famiglia)
- Impostate un **Power point/Canvas** utilizzando gli **elementi di identity creati**
- Inserite **nel power point la brand value proposition** con tutti gli elementi costitutivi: la **prospettiva di AMUNDI** (chi sono, cosa fanno, i loro valori...), i **PODs rispetto ai competitor** e i **BRAND DRIVERS** rispetto al target (distinti per singolo componente della famiglia)



Questo lo fate domani mattina:

- Dividetevi in gruppi da 4 persone. Ogni gruppo sarà un'**agenzia di comunicazione specializzata nella comunicazione finanziaria**
- Sviluppate la vostra **identity: mission, vision, values e brand personality** della vostra agenzia
- Datevi un **nome** (brainstorming con AI partendo dalle keyword di posizionamento della vostra agenzia)
- **Create un logo del vostro gruppo** usando l'AI o GPTs specializzati o logojoy.com (<https://looka.com/logo-maker/>) che tenga conto degli elementi identitari del vostro gruppo. E anche tutto il **sistema visivo** (colori, font. Ecc.) che dovrete utilizzare nelle vostre **presentazioni**, meglio se coerente con il brand del cliente AMUNDI.
- Leggete bene il **briefing di AMUNDI**, studiate i prodotti finanziari e gli attuali canali di comunicazione, utilizzate l'AI per fare ricerche di mercato sui competitor, cercate i dati sugli investimenti delle famiglie, usate l'AI per analizzare i segmenti di target
- Preparate una richiesta per ChatGPT di una **brand value proposition**, e magari di una **tagline**, e anche di un **testo pubblicitario** da indirizzare al target AMUNDI (indicando i **brand drivers** che dovete identificare rispetto ai vari target nell'ambito famiglia)
- Impostate un **Power point/Canvas** utilizzando gli **elementi di identity creati**
- Inserite **nel power point la brand value proposition** con tutti gli elementi costitutivi: la **prospettiva di AMUNDI** (chi sono, cosa fanno, i loro valori...), i **PODs rispetto ai competitor** e i **BRAND DRIVERS** rispetto al target (distinti per singolo componente della famiglia)



Domani mattina lavorerete in autonomia.
Noi ci vedremo nel pomeriggio.



**La seconda parte dovrà essere svolta
entro il 12 aprile.**

**Finiremo il progetto con le lezioni su
Comunicazione di Marketing (12 aprile) e ADV e
media planning (15 aprile)**



Dead-line di consegna dei lavori
Sulla piattaforma **Our Future Contest**
il 22 aprile



**Ricordate di iscrivere il vostro gruppo
entro il 12 aprile**



In tempo per partecipare al Our Future Contest



- **4 marzo – 12 aprile 2024:** compilazione form online per iscrizione
- **22 aprile 2024:** deadline per la presentazione dei progetti
- **6 maggio 2024:** annuncio dei 10 gruppi finalisti
- **22 maggio 2024 ore 15:** evento Our Future in modalità live presso La Fabbrica di Lampadine, via Pescantina 8 20162 Milano

<https://www.ourfuturecontest.it/>



Tutti i gruppi devono mandarmi una mail con la loro
presentazione
(che sarà oggetto di valutazione)

stellaromagnoli@gmail.com



Rubric per il calcolo del voto

TEAM	
5	Vision, mission, values, brand drivers (per il target)
8	slogan e testo pubblicitario
4	Visual identity
8	Campagna di comunicazione
5	Presentazione
TOTAL SCORE:	
30	FULL MARK



Our Future Contest



Il contest Our Future è aperto a studenti universitari di marketing, comunicazione, arti visive.

- La partecipazione al contest è gratuita e sono ammessi esclusivamente gruppi di lavoro (team).
- Ciascun team dovrà:
 - *essere composto da un minimo di 2 a un **massimo di 4 partecipanti***
 - *assegnarsi un **nome di fantasia***
 - *essere rappresentato da un **capogruppo**, referente unico per le comunicazioni con gli organizzatori*

Bonus track...



Audience prompt

You are an expert industry researcher who can help me identify my main audiences and what drives them to make a purchase. I want you to give me a list of audiences in {area} who are most likely to buy {product}. Present your results in a table with three columns:

- - the audience
- - what motivates them to buy {product}
- - how I can address their needs better

- {product}:

- {area}:

Source: Dave Birss



Value proposition prompt

You are an expert business strategist who is highly experienced in helping businesses develop successful products that are highly desired by profitable audiences. We are focusing on {audience} and delivering these {products}. I want you to help me fill in a Value Proposition Canvas. I have included information in the prompt but if you need more information please ask me questions like an interviewer. Ask me one question at a time, waiting for my response before asking me the next one. Please use markup to deliver responses to the following sections:

- Jobs-to-be-done - include the functional, social and emotional tasks the audience is trying to perform. Also include the frequency and importance of each job. Present this section as a table.
- Pains - this is a list of everything that annoys your audience when they're trying to get their jobs done. It could be emotional, practical, financial, time-based, risk-based or something else.
- Gains - This is a list of the benefits that your customer hopes for when doing their jobs. Or even better, a benefit that would pleasantly surprise them. It might make their life easier, more joyful, more convenient, make them look better socially or something else. Add information on the relevance of each factor and their frequency.
- Products and services - this is a list of all the products and services you deliver. Each one should have information on how it helps the audience achieve their jobs-to-be-done. And how often it would be used by the audience.
- Gain Creators - A list of ways the product offers the audience added value. Rank the gains according to relevance and frequency.
- Pain relievers - How your product relieves audience pains. These could be financial, emotional, social, rational, risk-based, time-based or anything else. Rank them by intensity.

- {audience}:
- {products}:

Source: Dave Birss



Creativity prompt

You are a highly experienced and awarded creative thinker with the ability to come up with fresh and different ideas.

I want you to provide 5 unexpected ideas about {subject}.

These ideas should not use the typical approach or copy what other people are doing. Please present your ideas using markdown and bullet points, giving each idea a snappy title and then clearly describing the idea.

Once you have given me your ideas, I want you to ask me if I would like you to expand on any of them. Stop and wait for my response. If I select one of the ideas, I want you to expand on it by writing the following sections: title, one sentence description, full description, what makes the idea so good, how to make the idea happen and the resources needed to make it happen.

- {subject}:

Source: Dave Birss