



Context

Miin Cosmetics és el retailer i distribuïdor oficial de marques i productes de cosmètica coreana de referència a Europa. Es dirigeix a aquelles persones que busquen innovar en la seva rutina de bellesa i cuidar la seva pell amb productes d'alta qualitat i fórmules innovadores que ofereixen una experiència sensorial única.

Es va fundar en 2014 per Lilin Yang, quan la K-Beauty sonava molt llunyà a Europa, arran d'una necessitat personal. Lilin aprofitava els seus viatges anuals a Àsia per a comprar els seus productes favorits, fins que va decidir introduir-los en el mercat europeu per a donar a conèixer les seves excel·lents fórmules.

L'any 2023, MiiN compta amb 16 botigues repartides per Europa, sent Barcelona la ciutat on es troba la Flagship, inaugurada enguany, pel fet que l'empresa es va fundar a Barcelona i els headquarters estan en aquesta ciutat. S'espera acabar l'any amb unes 23 botigues, i l'objectiu és comptar amb 100 botigues en els pròxims 4 anys, a més del negoci e-commerce.

La clau de l'èxit de MiiN ha estat aconseguir que el públic europeu s'enamori de la cosmètica coreana (K-beauty) en un moment en què era totalment inaccessible i desconeguda, tret que fossis un apassionat del món de la cosmètica. MiiN es troba en una fase d'expansió per a posicionar-se com un player de cosmètica en general a Europa, un one-stop-shop on el client pugui trobar tot el que necessita.

És important que sàpigues que...

Tots els productes que es venen a MiiN es fabriquen a Corea del Sud i s'importen a Europa. Per a MiiN és important mantenir-se fidel als seus orígens i continuar apostant pel know-how i la tecnologia punta de Corea en el sector de la cosmètica.

La relació qualitat-preu de la cosmètica coreana és molt competitiva. El preu mitjà dels productes que es poden adquirir en MiiN es situa entre els 20-30 euros.

Els productes K-Beauty tenen una formulació impecable, són molt eficaços i l'embalatge és molt atractiu. A Corea, la cura de la pell té molta importància i per això els productes, més enllà de ser eficaços, ofereixen textures i aromes molt cuidades per a assegurar la millor experiència possible.

Un valor diferencial clau a nivell de posicionament i de productes en MiiN és la protecció solar i la varietat d'opcions disponibles per a tot tipus de pells i estils de vida, tant a nivell de textures com formats, sempre assegurant una màxima protecció.

MiiN té un estil de comunicació molt proper, centrat en contingut educacional d'alta qualitat i fàcil de digerir perquè tothom pugui trobar una rutina de cura adaptada a les seves necessitats i estil de vida, saber quins ingredients senten millor a la seva pell i sentir-se a gust en la seva pròpia pell, regalant-se moments d'autocura diària.

El repte

El repte de MiiN Cosmetics per a aquesta campanya és continuar donant-se a conèixer entre el públic general dins del territori Espanyol com "the go-to-place" per a trobar productes de cosmètica de gran qualitat i efectivitat a un preu competitiu.

El brief consisteix a dissenyar un esdeveniment multitudinari a Barcelona amb un concepte potent relacionat amb la protecció solar. Volem potenciar aquest angle de comunicació com a discurs d'entrada a aquests segments no tan familiaritzats amb la cosmètica coreana, per a donar valor al posicionament de MiiN tant pel seu compromís amb la salut de la pell com per l'ampli ventall d'opcions per a la cura de la pell, dins d'una filosofia centrada en la personalització.

Plantegem l'esdeveniment a Barcelona però volem que tingui un impacte a nivell nacional, així que la campanya ha de contemplar activacions d'amplificació en línia per a construir rellevància més enllà del propi esdeveniment, dins d'una estratègia 360.

Objetius

- Construir brand awareness de MiiN Cosmetics com retailer líder en cosmètica coreana entre el públic general.
- Posicionar MiiN Cosmetics com a ambaixador de la protecció solar a Espanya gràcies al seu paper actiu a generar contingut educacional sobre la importància de la protecció solar i conscienciar
- Posicionar MiiN Cosmetics com the go-to-place per a trobar productes de cura de la pell adaptats a les necessitats de cada persona.

Target

El perfil de client de MiiN Cosmetics és molt ampli i engloba persones de totes les edats i gèneres. La filosofia de MiiN se centra en la cura de la pell en funció de les necessitats de cada persona independentment del gènere i l'edat. El major grup de clients MiiN són dones entre 18 i 35 anys, però els perfils es van ampliant cada vegada més.

Per a aquesta campanya, el target principal són aquells segments interessats en la cura de la pell però no necessàriament molt familiaritzats amb la cosmètica coreana.

Important

Definició d'una campanya 360 on l'activació principal sigui offline que busqui l'experiència i vagi acompanyada d'una amplificació digital a través d'una estratègia multicanal.

És necessari tenir en compte que l'eix principal de la campanya és la cura de la pell enfocat a la protecció solar, un dels eixos estratègics de MiiN a causa del seu background coreà.

Com presentar la teva proposta?

Presentació amb idea de concepte i detall de l'activació, tant la part offline com l'amplificació en línia, tant en la fase de convocatòria com postesdeveniment. Es valorarà l'estratègia d'implementació de la idea amb un enfocament multicanal, intentant crear el màxim de sinergies possibles per a assegurar un major impacte.

Important: Participació individual o en grup

**Data límit per a presentació de propostes:
08 de novembre**

www.dracnovell.com/participa

DUBTES: +34 613 137 510 / info@elgremidelapublicitat.com

Recursos & Descargables

