Gómez | Sánchez-Vicente | Ruiz | Guijarro

THE COOL TUNA CREAM

LIMITED EDITION

A MAGNUM X CALVO COLABORATION
"PRODUCTO FAKE"

ÍNDICE

03
MAPA DE POSICIONAMIENTO

07
PROPUESTA DE PRODUCTO

08
TARGET

09
MOCKUP

10
CARTELERÍA

13
EXPLICACIÓN CARTELERÍA

14
CLAIM

Magnum Mapa de Posicionamiento

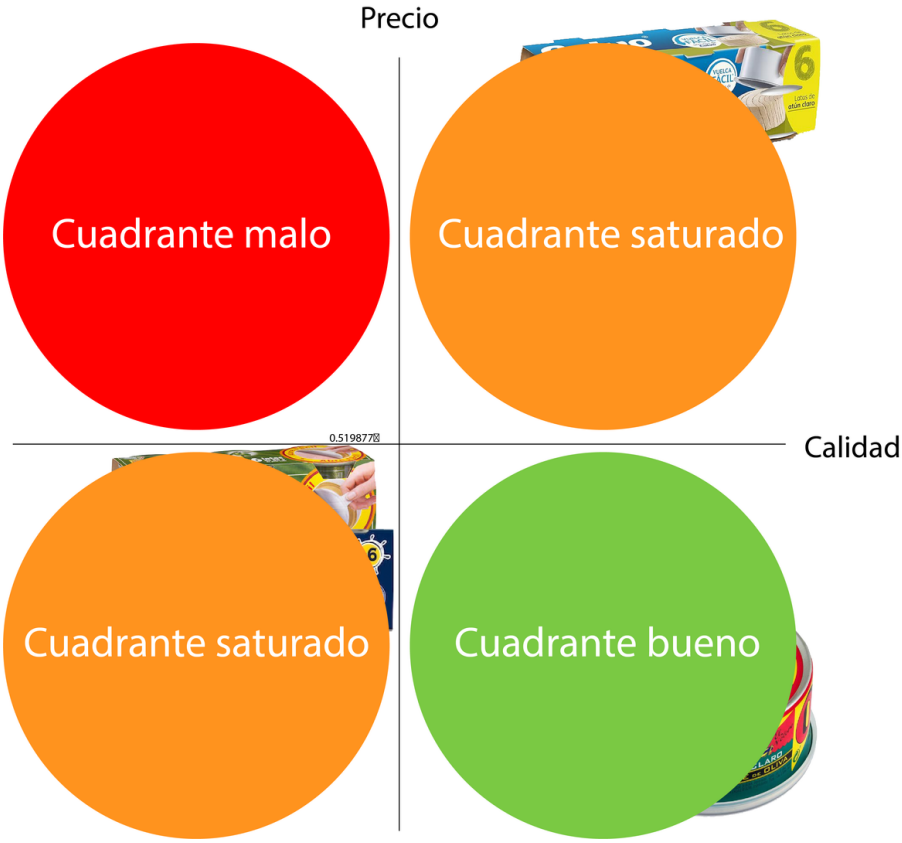
Magnum Mapa de Posicionamiento

Cuadrante bueno: según las dos variables que decidí utilizar a la hora de crear el mapa de posicionamiento, las dos opciones más válidas fuera del cuadrante saturado **son helados con mayor calidad, pero sin mucha variedad**, los cuales están más enfocados en la calidad de los ingredientes y dar una experiencia más exclusiva y detallada. El otro cuadrante bueno se centra más en **la variedad que en la calidad del helado** en sí, pero este permite que llegue a mucha más gente de todas las edades y salgan algo más económicos.

Cuadrante saturado: en este cuadrante se encuentran dos marcas bastante buenas, muy conocidas y bien establecidas, por lo que no es muy buena idea competir contra ellas. Tienen lo mejor de las dos variables, son marcas de **calidad y con una gran cantidad de sabores**, aunque tienen sus diferencias son casi lo mismo.

Cuadrante malo: en este cuadrante se junta lo peor de las dos variables, helados que ni se centran en ser de calidad o tener mucha variedad.

Calvo Mapa de Posicionamiento



Calvo Mapa de Posicionamiento

Cuadrante bueno: aunque sean dos variables típicas, son las que más destacan a la hora de comparar marcas que venden productos enlatados, como en este caso el atún. En este cuadrante se junta lo mejor de las dos variables, atún de **alta calidad y a un precio asequible** comparado con sus demás competidores, lo único que los separa del resto es un envase diferente al resto.

Cuadrante saturado: esta categoría se divide en dos partes, ya que es bastante reconocible las marcas blancas que hay en los supermercados junto a marcas "independientes" que venden sus propios productos. Por un lado, tenemos las **marcas blancas**, típicas de algunos supermercados, que consisten en tener peor calidad, pero son más económicas para el consumidor. Por otro lado, tenemos las **marcas "independientes"** que venden sus propios productos a un mayor precio pero que es compensado por la alta calidad de sus productos.

Cuadrante malo: una marca que venda atún enlatado a un **alto precio y que además sea de mala calidad** no tiene espacio dentro de este mercado.

Propuesta de Producto

Este producto innovador combina la calidad de los productos del mar de Calvo con la experiencia en helados de lujo de Magnum. El helado de atún será una deliciosa mezcla de atún de primera calidad, cuidadosamente seleccionado y procesado, con **ingredientes gourmet**, creando un producto único y sofisticado para satisfacer el paladar de los amantes de la alta cocina. Este helado de atún de Magnum y Calvo busca ofrecer una **experiencia culinaria única** y novedosa que fusiona la frescura del atún con la indulgencia de un helado de calidad.

El mercado al que se dirige esta propuesta es **selecto y exclusivo**. Está destinado a amantes de la gastronomía que buscan constantemente nuevas experiencias culinarias que desafíen sus sentidos. El helado de atún de Magnum y Calvo se posiciona como una **opción de prestigio** para aquellos que valoran la sofisticación en la comida.

¿A qué target iría dirigido este producto?

Nombre: Antonio Manela
Edad: 30
Sexo: Hombre.
Estado civil: Soltero, sin hijos.
Lugar de residencia: Vista Alegre, cerca del Centro de Toros.
Posición económica: Es jefe de cocina de una conocida cadena de restaurantes comida gourmet, en el cual sirven comidas las cuales no podrías probar en un restaurante común.
Salario anual: 100.000€.
Hobbies: A Antonio le ilusiona que sus clientes puedan probar comidas exóticas que solo puedan probar en su restaurante, acompañadas de una experiencia que no olvidarás en mucho tiempo
Necesidades: Antonio necesita de recetas nuevas con las que sorprender a sus clientes y poder darles su experiencia única. Desea mas que nada compartir una receta propia con la colaboración de otras marcas de alta calidad con las que se pueda relacionar

¿A qué target iría dirigido este producto?

Nombre: Manuel Giménez
Edad: 42.
Sexo: Hombre.
Estado civil: Casado, con dos hijos.
Lugar de residencia: Las rozas, con una casa valorada en 750.000€.
Posición económica: CEO de una empresa internacional de marketing.
Salario anual: 200.000€.
Hobbies: A Manuel le encanta ir a un lago a pescar con su hijo mayor y pasar el día con su familia en una cabaña al lado de dicho lago.
También le gusta mucho disfrutar de comidas exóticas, tanto por sus ingredientes como por la rareza de la receta.
Necesidades: Hace mucho que Manuel no prueba una comida para el invierno que le apasione, y puesto que le encanta comer cosas raras, hará lo que sea para comer un helado extraño de la mas alta calidad.

Mockup del Producto

Cartelería

Magnum Ice
Calvo Tuna
FOR ONLINE ORDER
WWW.MAGNUMTUNA.COM
The Cool
Tuna Cream
A FRESH OCEAN
TO TASTE
Tuna Ice Cream
CALVO
M
CHILL
ON DEAL...
$39 Only

Explicación de Cartelería

COLORES, COMPOSICIÓN Y CLAIM

Colores
La elección de colores viene elegida por los principales colores de la colaboración de las dos marcas (Magnum y Calvo). Además se ha movido el color amarillento de Magnum a uno más dorado para tarrinas congeladas, para llegar a esa imagen gourmet de producto.

Composición
Para la composición he querido coger elementos de los mismos colores, que pudieran recordar a productos gourmet como las huevas de atún, así como ondulaciones que puedan recordar al mar y a sus olas. Además, de las redes sociales, la página web donde encontrar el producto así como el precio en las esquinas de este.

Claim
El lugar de origen del atún no es otro que los mares y océanos, por lo que "Fresh Ocean to Taste" referencia el lugar de origen y, además, las características del producto. Estas son el frío del agua y la fina "cremosidad" de las olas y espuma, al igual que con el producto. No solo eso, sino que que "Fresh" referencia a su vez lo fresca que es esta innovación figurativamente, no solo literalmente.

A Fresh Ocean To Taste.

- TheCoolTunaCream

Gómez | Sánchez-Vicente | Ruiz | Guijarro

THE COOL TUNA CREAM

LIMITED EDITION

A MAGNUM X CALVO COLABORATION
"PRODUCTO FAKE"