

BRIEFING DELTA Q

Prémios Lusófonos da Criatividade

11 de Fevereiro de 2019

Delta ©[®]





C de C Café



C de Cápsula



Q



de

Qualidade

MARCA DELTA Q

QUEM SOMOS?

Delta Q é uma marca nascida da capacidade de desenvolvimento e inovação do Grupo Nabeiro – Delta Cafés e que se assume, desde o seu nascimento em 2007, como especialista de café em cápsulas.

Há mais de 10 anos que a Delta Q cria novas experiências sensoriais para estar cada vez mais presente no dia-a-dia dos seus consumidores.



MARCA DELTA Q

visão

O nosso objectivo ambicioso (BHAG)

Ser a marca de café mais inovadora



MARCA DELTA Q

Missão

A nossa razão de ser



RISE



Proporcionar experiências sensoriais únicas aos consumidores através de produtos do sistema exclusivo Delta Q e dos serviços associados

MARCA DELTA Q

valores

é com base nestes valores que a marca se expressa em todos os momentos

SIMPLICIDADE

QUALIDADE

PARTILHA

INOVAÇÃO



MARCA DELTA Q

promessa

O nosso propósito

Oferecer um expresso sempre perfeito
da forma mais simples.

Um expresso único, fácil de encontrar e
fácil de servir.

Todos os dias. Em todos os locais.



MARCA DELTA Q

TOM DE COMUNICAÇÃO

Próximo

Positivo

Decidido



MARCA DELTA Q

Ao longo da última década



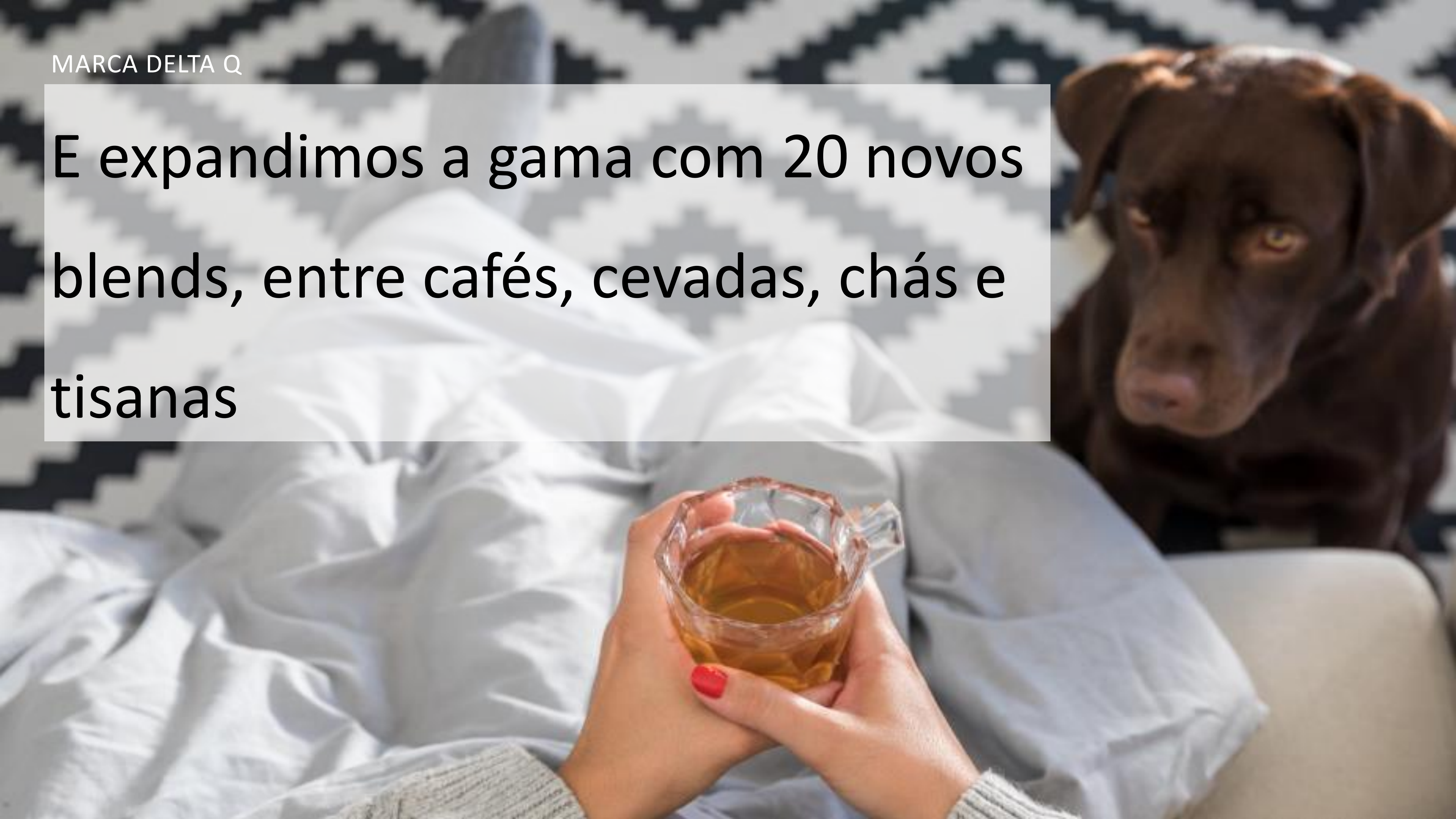
MARCA DELTA Q

Começámos com
7 blends diferentes



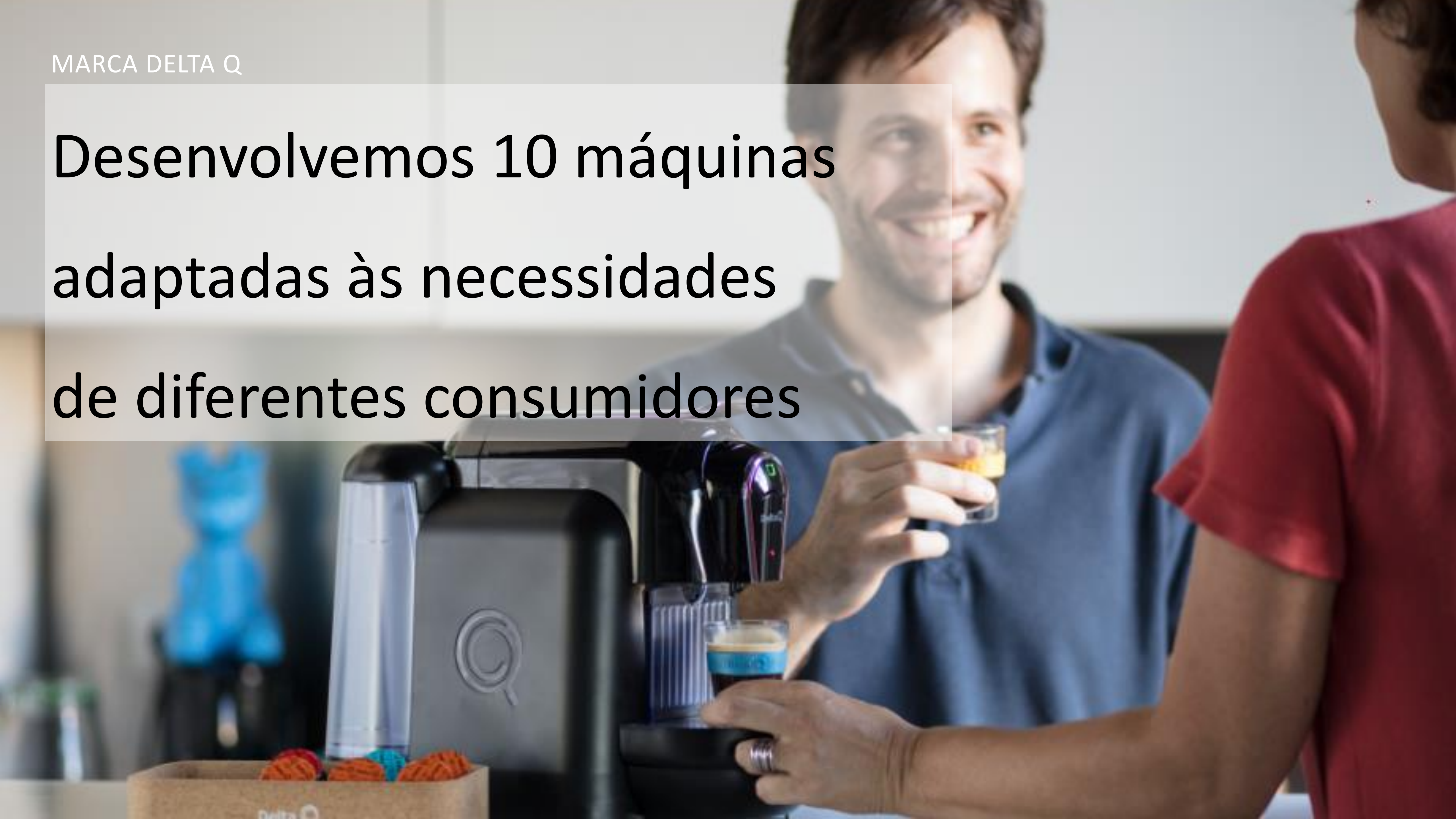
MARCA DELTA Q

E expandimos a gama com 20 novos
blends, entre cafés, cevadas, chás e
tisanas



MARCA DELTA Q

Desenvolvemos 10 máquinas
adaptadas às necessidades
de diferentes consumidores



E, em 2015, já contávamos 1 milhão
de máquinas vendidas,
consolidando a liderança
de um mercado assegurada
3 anos antes

MARCA DELTA Q

Lançámos o primeiro chá
expresso, em cápsula, do mundo

MARCA DELTA Q

E fomos a primeira marca
portuguesa
a lançar cevadas,
chás e tisanas em cápsula

MARCA DELTA Q

Abrimos lojas próprias por todo o país

MARCA DELTA Q

Conquistámos famílias, amigos
viajantes, empresas

MARCA DELTA Q

Em mais de 40 países



Em 2015, alcançámos
1.000.000.000 de cápsulas vendidas

Mas ninguém é líder tantos
anos seguidos à sombra
de feitos passados

MARCA DELTA Q

Se continuamos na frente é porque
olhamos pouco para trás

Vivemos de olhos postos
no próximo blend,
na próxima máquina,
na próxima inovação

Na Delta Q, cada dia é um fresh start

MARCA DELTA Q

Uma oportunidade para começar do zero



MARCA DELTA Q

É esta sede de inovar que nos
mantém no topo há tanto tempo



MARCA DELTA Q

Ao longo dos últimos 2
anos, desafiámos os
portugueses a
“viver mais”



MARCA DELTA Q

Posicionámos a marca
no território da partilha



No 10º aniversário,
recuperámos a essência da Delta Q

MARCA DELTA Q

Invocámos a característica que nos distingue da concorrência e que nos mantém numa posição de destaque no mercado há tanto tempo



COMEÇA
SEM
MEDO

A Delta Q evoluiu assim do território
da partilha para o território da inovação

MARCA DELTA Q

A close-up photograph of a hand holding a brown paper coffee cup. The cup features a white sleeve with a red circular logo containing the word 'my' in white script and 'Goffee' in white sans-serif font. Above the logo are two coffee beans, and below it is a small clear window showing dark coffee grounds. The cup also has a 'Delta Q' logo and a leafy branch illustration. The background is blurred, showing a person in a white shirt.

Continuamos a falar para os portugueses, a trazê-los para a comunicação e a inspirá-los a partilhar bons momentos

Mas com uma nova atitude

MARCA DELTA Q



A atitude de quem vê
em cada dia uma
oportunidade
para fazer mais e melhor

De quem não está preso
ao passado

De quem está focado
na solução e não no problema

Na atitude de **“a vida começa agora”**

MARCA DELTA Q

a vida começa agora

Assinatura verbal: queremos desafiar, incentivar e inspirar as pessoas a fazer mais e melhor. A marca quer estimular o potencial de cada um, posicionando o café Delta Q como ponto de partida rumo a qualquer objetivo



BRIEFING DELTA Q

BRIEFING DELTA Q

ENQUADRAMENTO

Queremos reforçar a associação da marca ao território da música, criando momentos únicos e partilhados com todos os que passem pelos principais festivais de verão (NOS Alive, NOS Primavera Sounds, Super Bock Super Rock, Rock In Rio...). Com o objectivo de fortalecer o nosso posicionamento e explorar novos caminhos numa relação cada vez mais próxima e emocional com os nossos consumidores pretendemos alterar a forma como as marcas olhas para os seus espaços/stands. Não pretendemos fazer do espaço Delta Q mais uma zona VIP, queremos criar uma experiência marcante e interessante para quem vai aos festivais. Não queremos ser vistos como mais um patrocinador, queremos ser parte da experiência global de festival. Toda a estética e linguagem do espaço deve refletir a ambição de ter os olhos postos no futuro e a vontade de estar presente nos momentos mais importantes na vida dos nossos consumidores.

BRIEFING DELTA Q

O QUE PRETENDEMOS?

A concorrência dentro de um festival é muito grande, apenas os espaços/stands com activações relevantes conseguem atrair as pessoas.

O público é volátil, exigente e procura experiências novas para partilhar. O espaço/stand tem de reflectir Delta Q, assente nos seus valores, amplificar a assinatura “a vida começa agora” e explorar: emoções, pessoas e a surpresa.

Assim, pretendemos que definam, para a presença da marca (espaço de 40 m2 com 2 andares) nos principais festivais referidos:

- . **Conceito:** tendo por base a assinatura da marca “a vida começa agora”
- . **Keyvisual/mood do espaço:** que possa ser declinado para outras peças de comunicação online e offline
- . **Proposta de stand:** tem de ser sustentável

OBRIGADA