

**we.**

by **LOEWE.**

**We. HEAR 1**

**We. HEAR 2**

**We. by Loewe.**

Haut-parleur stéréo Bluetooth - We. HEAR 1 & We. HEAR 2

**we.**  
by LOEWE.

## 2 Tailles & 4 Couleurs



**We. by Loewe.**  
Bluetooth Speaker. We. HEAR 1



# We. by Loewe.

## Bluetooth Speaker. We. HEAR 1



### Un son de qualité supérieure

Le Nous. Le haut-parleur Bluetooth HEAR 1 a une puissance musicale totale de 40 watts, offrant un super son et une qualité sonore riche.

### Résistant aux éclaboussures et à la poussière

Le boîtier résistant aux éclaboussures et certifié IPX 6 fait de l'enceinte le compagnon idéal de vos aventures en plein air.

### Longue durée de vie de la batterie

L'autonomie extrêmement longue de la batterie (jusqu'à 14 heures) et le temps de charge court permettent de profiter pleinement de la musique.



### Facile à utiliser

Une taille attrayante, petite et légère - facile à manipuler et à utiliser. Fonctionnement intuitif : avec peu de boutons et une connexion rapide.

### Design made in Germany

Le Nous. L'enceinte HEAR 1 est disponible en quatre couleurs inspirantes - rouge corail, bleu aqua, gris tempête, gris froid. Le tissu acoustique est développé avec Loewe et apporte les meilleurs résultats sonores.



reddot winner 2021



# We. by Loewe. Features.



Spécificités	We. HEAR 1
Numéro de pièce	60701x10
Type de batterie	7,4 V / 2000 mAh
Courant de charge	5V / 2A
Autonomie	12 - 14h
Temps de chargement	2 - 3h
Puissance de sortie audio	2 x 10W RMS, soit une puissance musicale totale de 40W
Protection de l'eau	IPX6
Bluetooth-Version	V5.0
Puissance Bluetooth / gamme de fréquences	Puissance maximale <10 mW à 2402 - 2480 MHz
Protocoles Bluetooth	A2DP, AVRCP
Température ambiante	0° C – 40° C
Humidité relative	20 – 70%
Dimensions de l'appareil (L x H x P)	90 x 220 x 83 mm
Poids du dispositif	0,74 kg

**We. by Loewe.**  
Bluetooth Speaker. We. HEAR

**We.**  
by LOEWE.



# We. by Loewe.

## Bluetooth Speaker. We. HEAR 2



### Un son de qualité supérieure

Le Nous. Le haut-parleur Bluetooth HEAR 2 a une puissance totale de 60 watts, offrant un super son et une qualité sonore riche.

### Résistant aux éclaboussures et à la poussière

Le boîtier résistant aux éclaboussures et testé IPX 6 fait de l'enceinte le compagnon idéal de vos aventures en plein air.

### Longue durée de vie de la batterie

L'autonomie extrêmement longue de la batterie (jusqu'à 17 heures) et le temps de charge court permettent de profiter pleinement de la musique.



### Facile à utiliser

Taille attrayante et sangle de transport - facile à manipuler et à utiliser. Fonctionnement intuitif : avec peu de boutons et une connexion rapide.

### Design made in Germany

Le Nous. L'enceinte HEAR 2 est disponible en quatre couleurs inspirantes - rouge corail, bleu aqua, gris tempête, gris froid. Le tissu acoustique est développé avec Loewe et apporte les meilleurs résultats sonores.



reddot winner 2021



# We. by Loewe. Features.



Spécificités	We. HEAR 2
Numéro de pièce	60702x10
Type de batterie	7,4 V / 4000 mAh
Courant de charge	5V / 2A
Autonomie	15 - 17h
Temps de charge	4 - 5h
Puissance de sortie audio	2 x 15W RMS, ergibt 60W Gesamtmusikleistung
Protection de l'eau	IPX6
Bluetooth-Version	V5.0
Puissance Bluetooth / gamme de fréquences	Maximale Leistung <10 mW bei 2402 – 2480 MHz
Bluetooth-Protokolle	A2DP, AVRCP
Température ambiante	0° C – 40° C
Humidité relative	20 – 70%
Dimensions de l'appareil (L x H x P)	118 x 290 x 112 mm
Poids du dispositif	2 kg

# We. by Loewe.

## Aperçu des produits.



Num.Art.	Produit	PIR	couleur	Disponible
60701V10	We. HEAR 1	129 CHF	Aqua blue	Août 2021
60701S10	We. HEAR 1	129 CHF	Cool grey	Août 2021
60701R10	We. HEAR 1	129 CHF	Coral red	Août 2021
60701D10	We. HEAR 1	129 CHF	Storm grey	Août 2021
60702V10	We. HEAR 2	199 CHF	Aqua blue	Août 2021
60702S10	We. HEAR 2	199 CHF	Cool grey	Août 2021
60702R10	We. HEAR 2	199 CHF	Coral red	Août 2021
60702D10	We. HEAR 2	199 CHF	Storm grey	Août 2021

Remarque : les dates sont soumises aux certifications et aux approbations du marché local.  
Les dates de lancement mises en évidence sont les premières dates de lancement par pays  
dans la région DACH.

**We. by Loewe.**

Stereo Bluetooth Speaker – We. HEAR 2

**We.**  
by LOEWE.



# We. by Loewe. Emballage.

**we.**  
by LOEWE.

Nouvel emballage We. by Loewe - We. SEE et WE. Les produits HEAR sont emballés dans des boîtes élégantes et correspondent parfaitement au concept de design We. by Loewe..



## Folie 11

---

**BL3** [@Balaziova Jana] [@Mahr Madeleine] Got the dimensions and weights from Susanne and inserted them here. Jana could you please double check, if its right?

Baumann Laura; 22.06.2021

# We. by Loewe.

## Aperçu des produits.



	We. SEE 55	We. SEE 50	We. SEE 43	We. SEE 32	We. HEAR 1	We. HEAR 2
Carton unique L x H x P en mm	1395 x 888 x 160	1231 x 798 x 160	1076 x 692 x 160	810 x 582 x 160	158 x 111 x 263	214 x 143 x 347
Carton unique Poids en kg	29,8	26,9	18,8	12,4	1,2	2,7
Multipack(4 unités)* L x H x P en cm					34 x 29 x 23,5	44,7 x 37 x 30,2
Paquet multiple*. Poids en kg					6	11,5

\* Multipack MOQ pour We. HEAR 1 et We. HEAR 2

we.  
by **LOEWE.**

Campagne marketing

# We. by Loewe.

## Des personnalités.

Les personas We. by Loewe représentent différents groupes cibles que Loewe souhaite atteindre avec la nouvelle marque et le nouveau portefeuille de produits.

Tous les personas ont certaines caractéristiques | attributs | valeurs en commun.

- Mode de vie moderne
- Conscience de la mode
- Audiophile
- Curiosité, désir de nouveauté
- Expressif
- Extraverti
- Insouciance

**Emilia Styler**  
 Beruf: Junior Marketing Manager, 23  
 Familie: Single  
 Ort: Kleine Wohnung in der Stadt

**Anforderungen an Entertainment.**

- Mit meinen Freunden Musik hören – wann, wo ich will.
- Filme, Serien schaue ich auf meinem TV zu Hause.
- Ich liebe auf mich zugeschnittene Film-Inhalte, wie von Netflix oder Amazon prime.

**Was mir wichtig ist.**

- Einschalten und abtauchen in Musik- oder Videoinhalte.
- Es soll trendy sein, gut aussehen und mir einen gewissen Mehrwert bieten.

**Was mich frustriert.**

- Schlechte Internetverbindung oder Verbindungsprobleme.
- Wenn die Akkulaufzeit zu kurz ist.

**Mediennutzung.**

Print: [Bar chart]

Online & Social Media: [Bar chart]

Empfehlungen: [Bar chart]

Quartz & PR: [Bar chart]

**Touch Points.**

Facebook: [Bar chart]

Online: [Bar chart]

TSS: [Bar chart]

Messen: [Bar chart]

**Einschalten und abtauchen in meine Lieblingsinhalte.**

**Noah Styler**  
 Beruf: Projekt Manager, 31  
 Familie: In einer Beziehung mit Julia, 28  
 Ort: Moderne Wohnung in der Stadt

**Anforderungen an Entertainment.**

- Alles, was ich schaue, streame ich – vor allem aber Serien.
- Ich möchte ein gutes Bild und Sound zum Aufdrehen, gerade bei Blockbustern ist mir das besonders wichtig.

**Was mir wichtig ist.**

- Ich möchte ein Produkt das auffällt, das nicht jeder hat.
- Ich bin gerne on- und offline zugleich. Mein mobile Device muss mit meinem TV zusammen funktionieren.

**Was mich frustriert.**

- Ohne Internetverbindung bin ich kein Mensch.
- Technik die nicht das hält, was sie verspricht. Die Qualität muss stimmen.

**Mediennutzung.**

Print: [Bar chart]

Online & Social Media: [Bar chart]

Empfehlungen: [Bar chart]

PR: [Bar chart]

**Touch Points.**

Facebook: [Bar chart]

Online: [Bar chart]

TSS: [Bar chart]

Messen: [Bar chart]

**„Ich bin gerne on- und offline zugleich. Mein mobile Device muss mit meinem TV zusammen funktionieren.“**

**Sophia Pragmatist**  
 Beruf: EWL-Studentin, 26  
 Familie: In einer Beziehung mit Lukas, 25  
 Ort: WG mit der besten Freundin

**Anforderungen an Entertainment.**

- Ich brauche guten Sound, um meine Musik zu hören.
- Filme, Serien und YouTube schaue ich auf dem Notebook oder auf meinem kleinen Fernseher im WG-Zimmer.

**Was mir wichtig ist.**

- Kreative Produkte, die Spaß machen zu bedienen, ohne viel Schnick-Schnack.
- Ein gutes Preis-Leistungsverhältnis ist mir wichtig. Ich will eine tolle Marke zum fairen Preis.

**Was mich frustriert.**

- Wenn etwas nicht so funktioniert, wie ich es gern möchte.
- Wenn die Anwendung zu komplex ist, steige ich aus.

**Mediennutzung.**

Print: [Bar chart]

Online & Social Media: [Bar chart]

Empfehlungen: [Bar chart]

Quartz & PR: [Bar chart]

**Touch Points.**

Facebook: [Bar chart]

Online: [Bar chart]

TSS: [Bar chart]

Messen: [Bar chart]

**„Kreative Produkte, die Spaß machen zu bedienen, ohne viel Schnick-Schnack.“**

# We. by Loewe.

## Campagne de marketing - Activités en ligne.

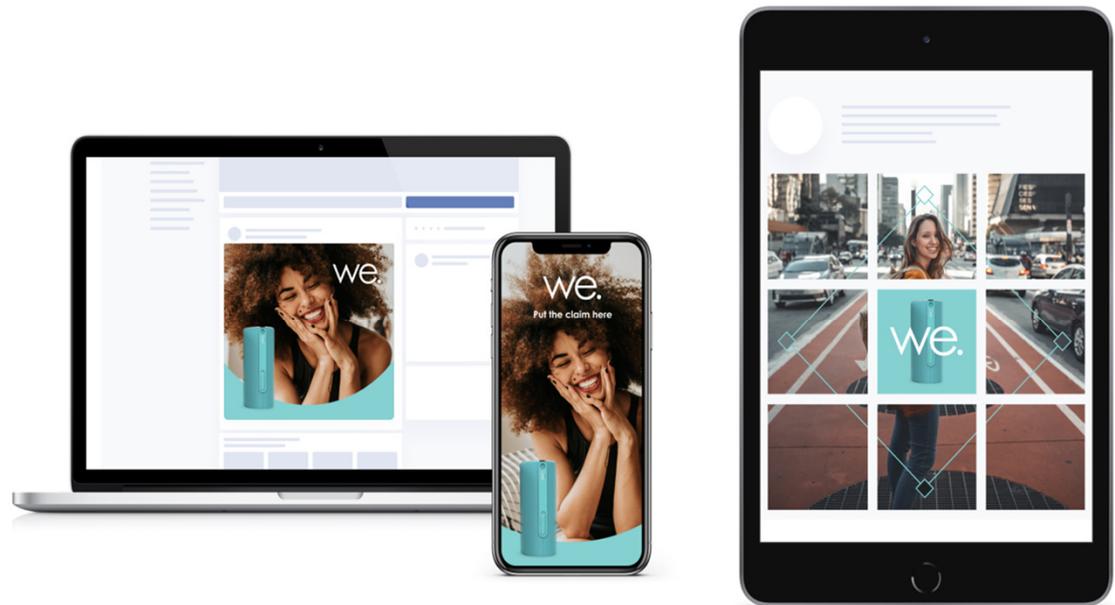


En particulier, la passion pour la musique et les films est forte chez la jeune génération. Cela a un impact sur l'acceptation des formats publicitaires correspondants.

La musique et les films influencent positivement leur perception de la publicité.

Dans le cadre de notre stratégie marketing, nous créerons de nouveaux contenus, notamment des clips musicaux ou de courtes séquences pour les canaux de médias sociaux, avec lesquels nous marquerons des points en termes de contenu.

Avec du fun et les informations nécessaires, nous offrons à notre groupe cible un divertissement autour de la nouvelle marque.



# We. by Loewe. Marketing.

## Les phases de la campagne.

### 1. Teaser

Notre nouvelle marque est présentée et nous commençons en ligne avec les premières activités sur les canaux de médias sociaux.



### 2. Sensibilisation

Nous lançons une campagne en ligne et dans les médias sociaux axée sur les groupes cibles afin de susciter l'intérêt et de fournir des informations sur la nouvelle marque We. by Loewe.



### 3. Plombs

Génération de trafic sur le nouveau site We. by Loewe et sur les canaux de médias sociaux We. by Loewe.



### 4. Order

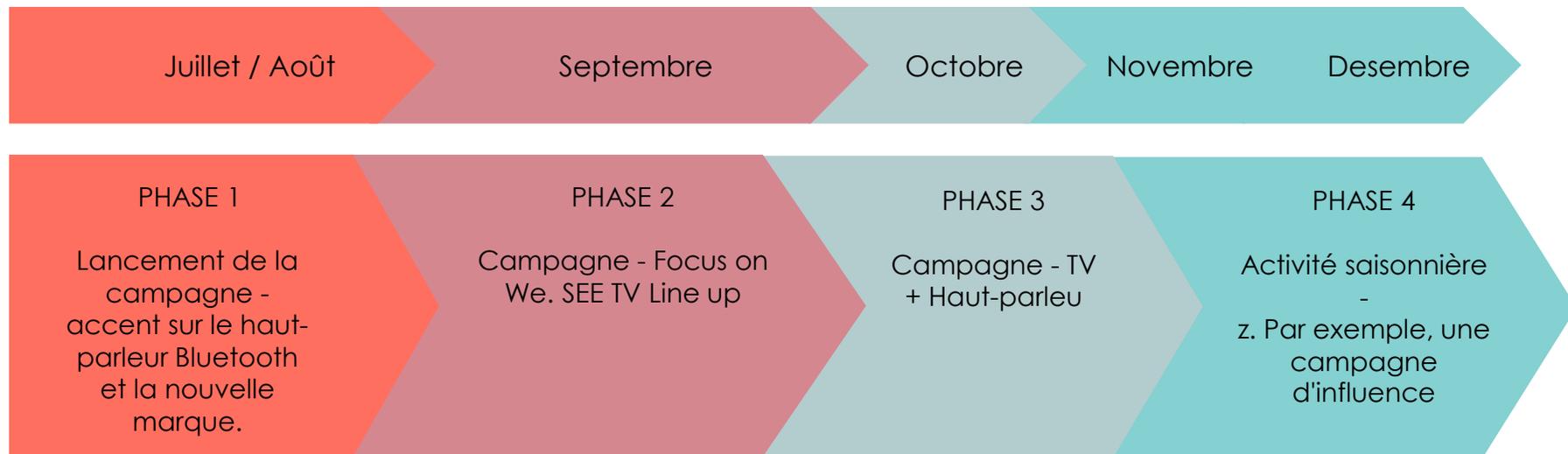
Début des soldes dans les magasins ainsi qu'en ligne le les plateformes de commerce électronique.



### 5. Expérience en direct

Les clients et les parties intéressées pourront découvrir la mise en valeur du produit en direct dans les magasins.

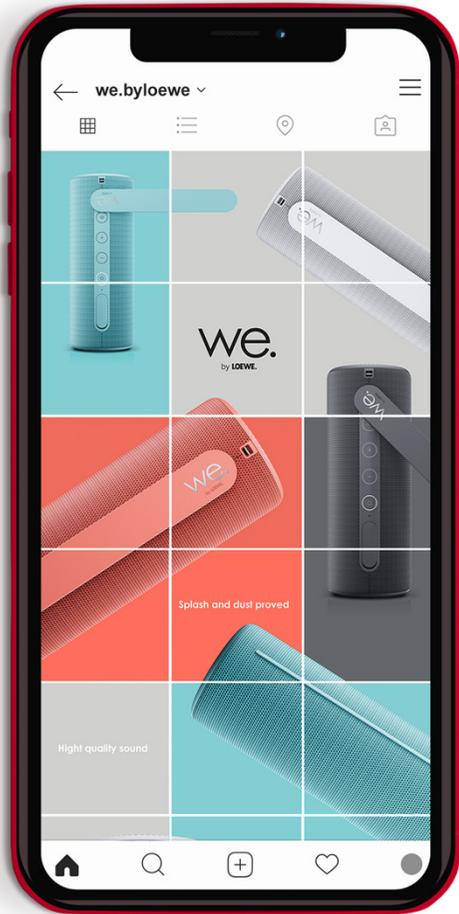




Nous commencerons la campagne fin juillet/début août 2021 et nous nous concentrerons d'abord sur nous. HEAR 1 et HEAR 2. Les médias sociaux serviront de base tout au long de l'année et seront poursuivis en permanence. Pour prolonger la campagne en conséquence, nous vous encourageons à adopter ces activités sur vos marchés également. Utilisez nos modèles, établissez des liens avec les canaux officiels de la marque et faites la promotion de la nouvelle gamme de produits. Dans la deuxième phase de la campagne, la campagne We. Les téléviseurs SEE occupent le devant de la scène. Notre stratégie de contenu vous permet de visualiser les thèmes et les fonctionnalités de manière attrayante, et ce de plusieurs manières. Outlook : Utilisation d'influenceurs et adaptation des mesures aux activités saisonnières.

# We. by Loewe.

Campagne de marketing - médias sociaux et en ligne.



## We. by Loewe.

### Campagne de marketing - Activités en ligne.

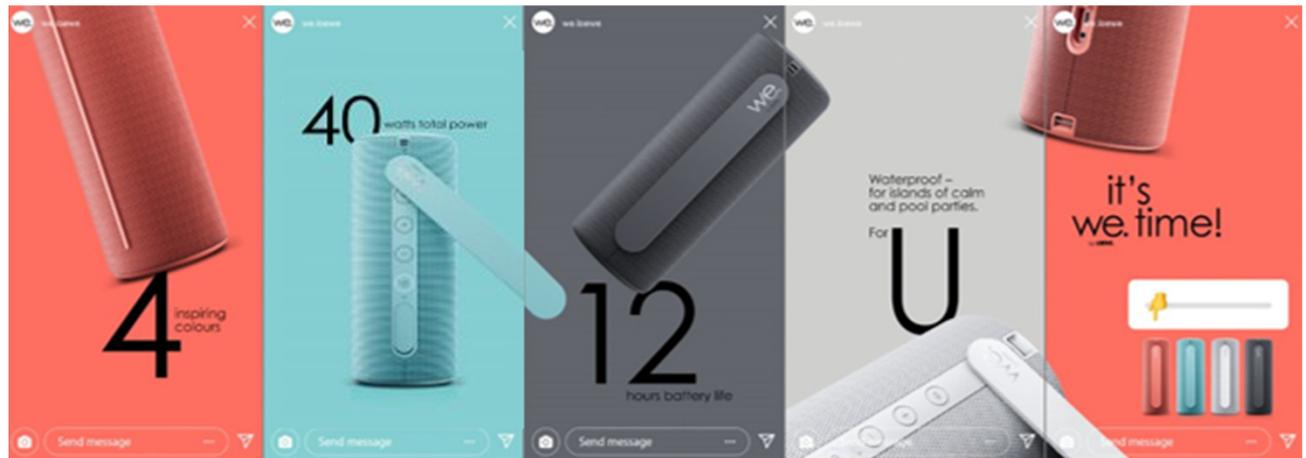


Nous voulons être sûrs que nos messages résonnent auprès de la jeune génération, c'est pourquoi nous lançons des campagnes virales et des activités en ligne.

Des campagnes créatives, un mélange de canaux et l'implication des jeunes sont essentiels pour nous.

Les jeunes sont curieux et n'ont souvent pas encore choisi leur marque. Ils sont prêts à essayer de nouvelles choses parce qu'ils sont sans préjugés. Ils ont souvent affaire à une nouvelle marque, un produit ou un service pour la première fois.

**WE.** sera là où le jeune groupe cible nous trouvera.



**We. by Loewe.**

Campagne de marketing - médias sociaux et en ligne.

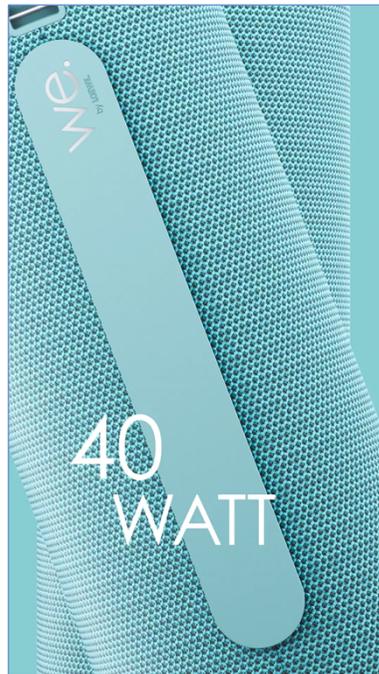
**We.**  
by **LOEWE.**



**We. by Loewe.**

Campagne de marketing - médias sociaux et en ligne.

**we.**  
by LOEWE.



# We. by Loewe.

Campagne de marketing - médias sociaux et en ligne.



Dans le cadre de la campagne, il y a également des outils de communication pour le POS.

Nous fournissons des affiche publicitaire que Le partenaire peut les utiliser pour la publicité

- Egalement pour l'impression.



# We. by Loewe.

## Matériel de communication.

Nous vous fournirons le matériel de communication suivant début Octobre:

Vous recevrez les liens de téléchargement pour :

- Communiqué de presse et images correspondantes
- Contenu vidéo
- Annonces numériques, annonces pour l'impression
- Bannière en ligne
- Contenu de Youtube
- Ressources en médias sociaux
- Mots clés
- Hashtags

Veuillez noter que nous vous enverrons prochainement de plus amples informations sur le placement dans les POS dans un PDF séparé



we.

by **LOEWE.**