

品牌與活動的完美結合

Magnetic Asia 新設立的全方位策略營銷和創意公司，專注於創造活動、設計品牌體驗及以創新的方法增加目標觀眾的參與度。



“ 我們選擇在香港開展業務是理所當然的。 ”

arcc
管理合夥人
Simon Bratt

成立於2019年的 arcc，是香港年度音樂盛事 Clockenflap 音樂及藝術節的母公司 Magnetic Asia 團隊在香港新成立的全方位創意及策略營銷公司。匯集有關活動的策略營銷和主流廣告方面的經驗，arcc 的成立是為了協助活動和品牌的主理團隊，透過在不同媒體上的創意方案，以及創新的體驗式活動，與受眾們建立更好的聯繫。

創意合夥人 Martin Lever 說：「我們看到越來越多品牌希望透過活動策劃和體驗方式構建品牌。」他補充：「我們對如何為活動、品牌、產品及品牌體驗在市場定位及營銷，以至於我們透過創造活動為品牌創建可完全擁有及與目標觀眾相關及產生共鳴的能力，這些都迅速成為我們公司最受歡迎最具標誌性的服務。」

arcc 通過目標群眾分析 (Audience Insight)、深入市場研究 (Market Research)、非凡創新意念 (Focused Creativity) 和高效優質內容 (Effective Content)，為客戶提供全方位的品牌、營銷和創意策略規劃。為幫助解決品牌

衡量回報價值的難題，arcc 更提供即時活動數據追蹤和分析報告。

管理合夥人 Simon Bratt 補充說：「我們最擅長活動策劃，但是我們的創意營銷不僅限於活動策劃。我們相信，我們在這個領域的獨到技能和見解，將會帶來更多機遇。」

國際品牌的區域總部 — 香港

公司的總部設在香港，成立是希望改變活動和其相關體驗的策略營銷方式，有效率及針對性地達到目的。Bratt 表示：「我們選擇在香港開展業務是理所當然的，因為我們的夥伴公司 Magnetic Asia 和 Asia Ticketing 都在這裡設立了總部，而且香港是許多跨國公司和地區品牌的區域基地。」

Bratt 又補充道，arcc 的策略是在香港和新加坡建立客戶群，以此為據點逐步擴大至整個亞洲地區。「雖然我們的現有客戶主要來自香港，但我們已經在策劃多個區域和國際活動。」

由於 arcc 在創作跨區域項目方面經驗豐富，所以他們亦歡迎來自世界不同地

區的機遇，包括粵港澳大灣區。Lever 說：「目前，我們特別希望與世界不同地區的品牌合作，特別是鄰近的澳門——這是一個時常被忽略的市場和機遇。相信我們全面的方式和策略能配合其綜合度假村的發展需要，而這些企業亦正嘗試透過體驗活動來吸引更多顧客。」

arcc 成立至今未夠一年，員工人數已增至 11 人，並有意繼續擴大團隊。Bratt 認為在香港開展業務的過程非常簡單便捷。他說：「我們也很欣賞香港的商業競爭很激烈，這促使我們的潛在客戶不停尋找更好的方式去連結他們的目標觀眾及顧客。這正是 arcc 所專注把握的機遇。」

arcc

- 提供市場定位和營銷策略、活動創意設計和製作、活動管理、傳媒關係和策略內容

 arccasia.com