

# 品牌与活动的完美结合

**Magnetic Asia 新设立的全方位策略营销和创意公司，专注于创造活动、设计品牌体验及以创新的方法增加目标观众的参与度。**



“我们选择在香港开展业务是理所当然的。”

**arcc**  
管理合伙人  
**Simon Bratt**

成立于2019年的 arcc，是香港年度音乐盛事 Clockenflap 音乐及艺术节的母公司 Magnetic Asia 团队在香港新成立的全方位创意及策略营销公司。汇集有关活动的策略营销和主流广告方面的经验，arcc 的成立是为了协助活动和品牌的主理团队，透过在不同媒体上的创意方案，以及创新的体验式活动，与受众们建立更好的联系。

创意合伙人 Martin Lever 说：“我们看到越来越多品牌希望透过活动策划和体验方式构建品牌。”他补充：“我们对如何为活动、品牌、产品及品牌体验在市场定位及营销，以至于我们透过创造活动为品牌创建可完全拥有及与目标观众相关及产生共鸣的能力，这些都迅速成为我们公司最受欢迎最具标志性的服务。”

arcc 通过目标群众分析 (Audience Insight)、深入市场研究 (Market Research)、非凡创新意念 (Focused Creativity) 和高效优质内容 (Effective Content)，为客户提供全方位的品牌、营销和创意策略规划。为帮助解决品牌

衡量回报价值的难题，arcc 更提供即时活动数据追踪和分析报告。

管理合伙人 Simon Bratt 补充说：“我们最擅长活动策划，但是我们的创意营销不仅限于活动策划。我们相信，我们在这个领域的独到技能和见解，将会带来更多机遇。”

## 国际品牌的区域总部 — 香港

公司的总部设在香港，成立是希望改变活动和其相关体验的策略营销方式，有效率及针对性地达到目的。Bratt 表示：“我们选择在香港开展业务是理所当然的，因为我们的伙伴公司 Magnetic Asia 和 Asia Ticketing 都在这里设立了总部，而且香港是许多跨国公司和地区品牌的区域基地。”

Bratt 又补充道，arcc 的策略是在香港和新加坡建立客户群，以此为据点逐步扩大至整个亚洲地区。“虽然我们的现有客户主要来自香港，但我们已经在策划多个区域和国际活动。”

由于 arcc 在创作跨区域项目方面经验丰富，所以他们亦欢迎来自世界不同地

区的机遇，包括粤港澳大湾区。Lever 说：“目前，我们特别希望与世界不同地区的品牌合作，特别是邻近的澳门——这是一个时常被忽略的市场和机遇。相信我们全面的方式和策略能配合其综合度假村的发展需要，而这些企业亦正尝试透过体验活动来吸引更多顾客。”

arcc 成立至今未够一年，员工人数已增至 11 人，并有意继续扩大团队。Bratt 认为在香港开展业务的过程非常简单便捷。他说：“我们也很欣赏香港的商业竞争很激烈，这促使我们的潜在客户不停寻找更好的方式去连结他们的目标观众及顾客。这正是 arcc 所专注把握的机遇。”

**arcc**

- 提供市场定位和营销策略、活动创意设计和制作、活动管理、传媒关系和策略内容

 [arccasia.com](http://arccasia.com)