



Изощренный искуситель Virgin Mobile

Заказчик: Virgin Mobile.

Агентство: Rainey Kelly Campbell Roalfe / Y&R.

Приз: шорт-лист конкурса IPA Effectiveness Awards 2004.

С помощью этой рекламной кампании Virgin Mobile удалось легко и изящно вписаться в давно поделенный британский рынок мобильной связи. Что ж, смелость и выдумка всегда отличали корпорацию Virgin!

Всё, чем занимается Ричард Брэнсон, знаменито своими шокирующими рекламными кампаниями. И Virgin Mobile — не в последнюю очередь. Было дело, ее отец-основатель появлялся в публичных местах, имея на себе из одежды лишь маленький мобильник. Прийти на рынок и раскидать всех конкурентов — вот цель рекламной кампании Virgin. Поэтому акцент делается именно на том, что Virgin Mobile коренным образом отличается от всех других мобильных операторов. А ещё точнее, на том, что Virgin Mobile «не чета» всем другим.

Ирония

Итак... суровая погода, задувает ветер. Небритый хмырь бродит по индустриальной местности, плавает на кораблике по холодной городской реке, заходит в бары и всюду приговаривает, сардонически усмехаясь: «25 фунтов!» — «25 фунтов!» Да, другие сети взимают абонентскую плату в среднем 25 фунтов в месяц, а Virgin Mobile не взимает ее вообще.

Эпатаж

В ролике «Развод» другой (но тоже небритый) демонический господин разъезжает по стране на трейлере с платформой и совершает торжественные «разводы», заменяя микросхемы в мобильниках на красненькие от Virgin Mobile. Намёк ясен: другие операторы предлагают «семейные» тарифы, они — за семейные ценности и семейное рабство, а Virgin Mobile от этого рабства освобождает. Очень спорно, но, без сомнения, запоминается. Тем более что для Великобритании с ее традициями тема брака и разводов актуальна.

Чёрный юмор

Освобождению посвящены и два других ролика: «Охотница за автографами» и «Беги, Уиклифф, беги».

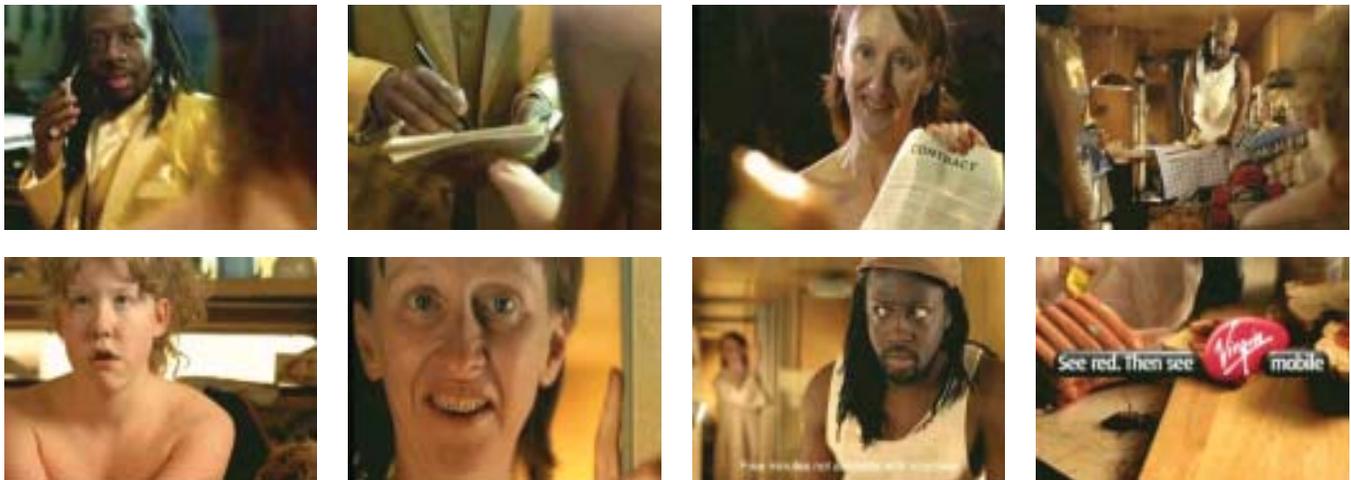
Афроамериканец по имени Уиклифф — звезда. Он выходит после концерта, разговаривая по мобильнику, и его обступают восторженные поклонницы. Одна из них, тощая женщина средних лет в джинсах, настоящая мымра, просит Уиклиффа дать ей свой автограф. Уиклифф, не раздумывая, подписывается на поданном ему листочке... мымра у него на глазах разворачивает его — это брачный контракт! Уиклифф неприятно поражён. «А ты гумал, так и будешь гулять?» — коварно ухмыляется мымра. И вот суперзвезда Уиклифф сидит у мымры на ферме. Кругом грязь и мерзость запустения. По сосискам ползет таракан. Пятеро тупых детей смотрят, как Уиклифф гладит белье. Один из пацанов подходит к Уиклиффу и злобно пинает его со словами: «Ты не стоящий папа!» В дверях появляется мымра и, улыбаясь гнилыми зубами, зовет Уиклиффа: «Пойдем, маме нужно заняться любовью...» Вот как бывает, когда подписываешь что попало! И только Virgin Mobile предлагает вам тариф, по которому можно несколько дней звонить, не подписывая договора. Ролик очень точно играет на страхе несвободы, который в последние годы овладел европейской общественностью.

Сериал

Развитие темы — в ролике «Беги, Уиклифф, беги» (реминисценция названия фильма «Беги, Лола, беги»). После очередной ночи, проведенной с мымрой, Уиклифф решает сбежать от нее. Беднягу тошнит, по полу ползет крыса, брачный контракт в рамочке висит на стене, мымра в комнате натягивает драные колготки. Уиклифф вырывается на свободу, под музыку кантри мчится по лесу почти голышом, бултыхается в ледяную речку, переплывает ее, выскакивает на дорогу, видит полицейскую



▲ Стоя на платформе трейлера, представитель Virgin Mobile совершает торжественные разводы, вставляя в мобильные телефоны свой маленький красный микрочип. Все мобильные компании закрепощают людей, а Virgin Mobile освобождает



▲ Уиклифф был суперзвездой, пока хищная мымра не попросила у него автограф. Уиклифф неосторожно подписался, а оказалось, что это брачный контракт. Теперь он живет у мымры на ферме, гладит ее белье, терпит выходки ее детей и ублажает ее по ночам! Потому что только Virgin Mobile предоставляет тариф, которым можно пользоваться, не подписывая абсолютно никакого договора



▲ Уиклифф сбежал от своей мымры, но его арестовывает полиция. И вот он в тюрьме. «Эй ты, кинозвезда. Подбери!» — требует толстяк, уронивший мыло



▲ «Virgin экономичный» на треть дешевле, чем в среднем на рынке мобильных услуг



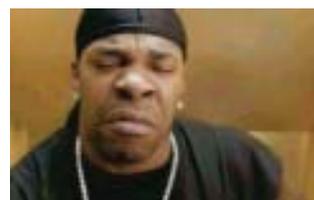
▲ «Virgin беременный» не нагружен лишним сервисом и дополнительными услугами



▲ «Virgin неожиданный»: чем больше вы используете Virgin Mobile, тем дешевле ваши звонки



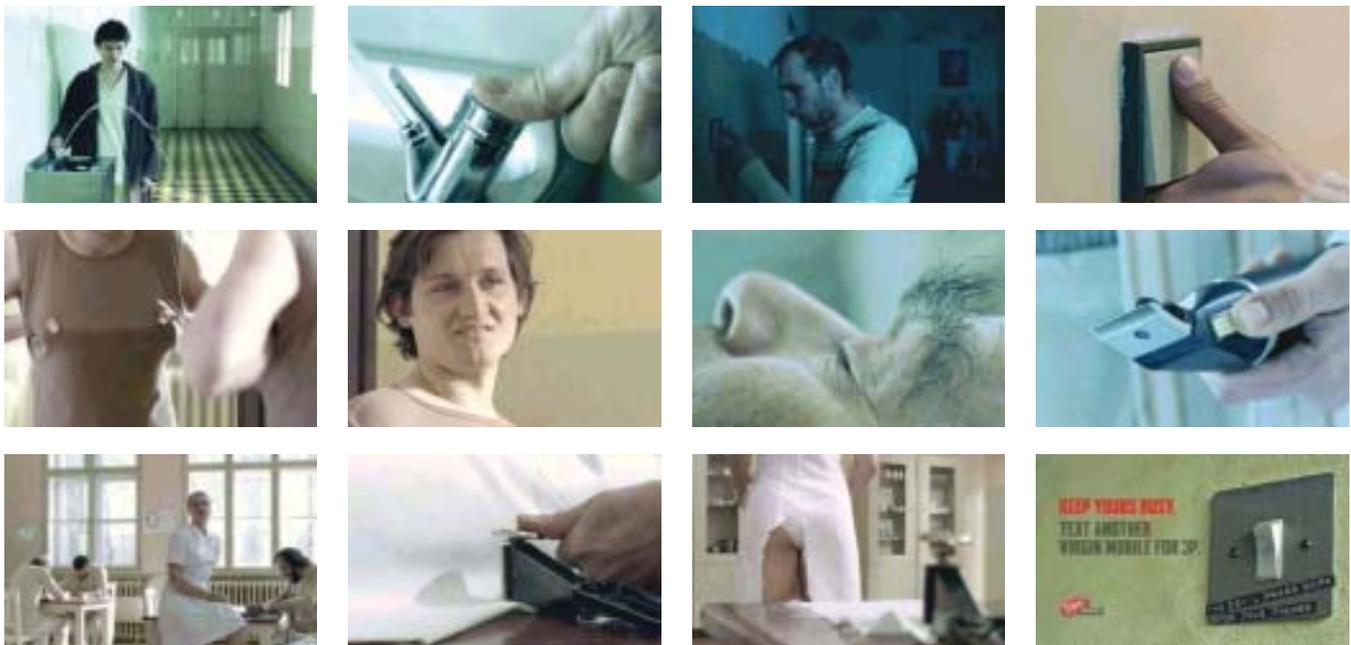
▲ «Virgin гибкий»: «Платите авансом! Платите позже! Перерасходуйте! Задерживайте оплату!»



▲ Уиклифф в самолете. В туалете он нажимает все кнопки подряд: течет вода, впрыскивается дезодорант, его затягивает в унитаз... «Предупреждение: дьявол найдет работу незанятому большому пальцу!»



▲ Уиклифф после концерта скрылся в номере. Перепутав пульт от окна с пультом от телевизора, он случайно показывает поклонникам свой зад. А не надо было нажимать на все кнопки подряд! «Дьявол найдет работу незанятому большому пальцу. Будь занят — текстовые сообщения с помощью Virgin Mobile всего за 3 пенса!»

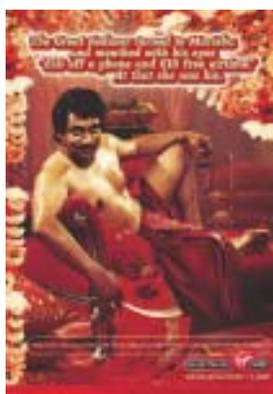
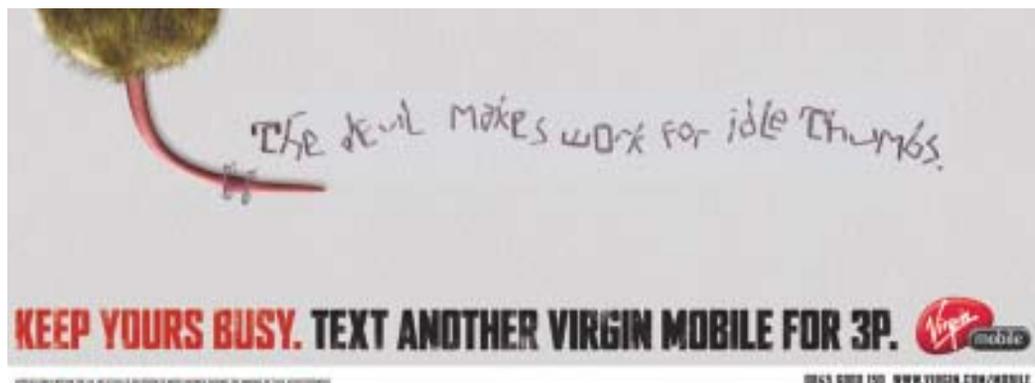


▲ Пациенты сумасшедшего дома развлекаются с помощью «большого пальца»: пускают воду из крана-поилки, бреют брови спящему соседу, прищипывают подол халата медсестры... Не случайно на выключателе появилась наклейка: «Дьявол найдет работу незанятому большому пальцу»



▲ Не надо было охраннику баловаться с кнопкой — систему заклинило и из капсулы выбрался громила. «Дьявол найдет работу незанятому большому пальцу». И вот уже сам охранник в капсуле

► «Дьявол найдет работу незанятым рукам. Virgin Mobile займет ваши руки» — реклама SMS-сообщений с помощью Virgin Mobile. Всего за 3 пенса!



▲ «Великий искуситель вернулся к Марише и произнес взглядом: «Скидка 10 фунтов с телефона и 15 — с абонентской платы». И она отдалась ему» — плакат в стиле индийского кино

машину, запрыгивает в нее... «Именем закона вы арестованы», — говорит полицейский. Уиклифф меняется в лице. Следующий кадр: он в тюрьме, под ледяным душем. Стоящий рядом толстяк роняет мыло. «Эй ты, суперзвезда, — приказывает он Уиклиффу. — *Погбери!*» Через мыло перебирается крыска. Всё, финиш. Бедный Уиклифф! А Virgin Mobile предупредил!

В другой серии роликов, более коротких, эмоционально-ценностное послание брэнда «Мы не такие, как все» подкрепляется фактами: Virgin предлагает нестандартные тарифные планы и гибкие схемы оплаты.

У Virgin фирменный красный цвет, близкий к малиновому. Вообще красный цвет считается агрессивным, но если им выкрашено всё, что только можно, включая стены в ванной комнате, то восприятие немного меняется: это уже не агрессия, а скорее изощренная пародия. Красный цвет вообще важен для Virgin Mobile, даже слоган они себе взяли такой: «*See red. Then see Virgin Mobile*» — «*Сначала вы видите красный цвет. Потом вы видите Virgin Mobile.*»

Четыре двадцатисекундных ролика в красном цвете — это четыре сценки, иллюстрирующие потребительские характеристики различных тарифов Virgin mobile:

1. Тариф «*v. economical*» («*Virgin экономичный*»): толстый-претолстый мужчина вылезает из маленькой красной машинки.

2. Тариф «*v. overdue*» (слово *overdue*, вообще, имеет несколько значений, в том числе «просроченный» и «беременная»). Очень беременная женщина лежит в ванне, в красной комнате, выглядывая из-за намыленного скользкого живота. Мужчина приносит ей чай и ставит чашку и блюдечко на ее огромный мыльный живот: «*Самый легкий тариф, не нагруженный лишним сервисом и дополнительными услугами.*»

3. Тариф «*v. unexpected*» («*Virgin неожиданный*»): пацан катается на скейте, всячески подпрыгивая и поворачивая, бродяга сидит у стены, потом бродяга как бы случайно вытягивает ногу, и пацан улетает за кадр, дрыгнув ножками в воздухе. Неожиданное предложение: «*Чем больше вы используете Virgin Mobile, тем дешевле ваши звонки!*»

4. Тариф «*v. flexible*» («*Virgin гибкий*»): шикарный белый кот сидит на диване, сгибается в дугу и начинает вылизывать у себя под хвостом. «*Платите авансом! Платите позже! Перерасходуйте! Задерживайте оплату!*»

Печатная реклама была в том же духе. Вот, например, плакат в стиле индийского кино — он сочетает в себе эмоциональное и информативное послания. Изображен некий восточный мужчина на роскошной постели: «*Великий искуситель вернулся к Марише и произнес взглядом: «Скидка 10 фунтов с телефона и 15 — с абонентской платы». И она отдалась ему.*» Цвета плаката — красный и золотой.

Отдельная песня в рекламной кампании была посвящена SMS-сообщениям. Рекламисты придумали множество сюжетов на тему английской поговорки «*The Devil Makes Work For Idle Thumbs*» — буквально «*Дьявол найдет работу незанятому большому пальцу.*»

Герой роликов — уже знакомый нам Уиклифф. Вот он отбил от поклонников и репортеров после концерта. Ревущая толпа осталась у входа в отель. Зайдя в свой номер, Уиклифф облегченно вздыхает, пускает в ванну воду, идет в гостиную. Повернувшись спиной к огромному окну, закрытому шторой, он берет в руки пульт и пытается с помощью его включить телевизор. Но тот не включается. Уиклифф недоумевает, не замечая, что шторы на окне разъезжаются и толпа поклонников буквально прилипает к стеклам — номер-то на первом этаже! Отчаявшись, звезда снимает штаны и наклоняется. Особо слабонервным дамам в толпе делается нехорошо. «*Дьявол найдет работу незанятому большому пальцу. Будь занят — текстовые сообщения с помощью Virgin Mobile всего за 3 пенса!*» — написано на картонке, повешенной на ручку двери отельного номера.

SMS как повод для рекламы марки

В следующем ролике Уиклифф летит в самолете. Зайдя в туалет и сев на унитаз, он начинает нажимать все кнопки подряд, которые видит рядом: течет вода из крана, впрыскивается дезодорант. Уиклифф по-детски радуется — работает! Но вот он нажимает кнопку слива, и его начинает затягивать в унитаз. Уиклифф орет, а в кадре появляется табличка, прикрученная к стене: «*Предупреждение: дьявол найдет работу незанятому большому пальцу*».

Ирония

В третьем ролике на тему «большого пальца» развлекаются пациенты сумасшедшего дома: один держит пальцем кнопку поилки, поливая коридор водой; другой сосредоточенно включает-выключает свет, третий щиплет медсестру; четвертый включает электробритву-триммер, намереваясь срезать брови спящему приятелю; четвертый скрепкошпигателем прибывает халат медсестры к столу. Не случайно на выключателе появилась наклейка: «*Дьявол найдет работу незанятому большому пальцу*». Диктор призывает: «*Будьте заняты — текстовые сообщения с помощью Virgin Mobile всего за 3 пенса!*»

Четвертый ролик — фантастический. Охранник развлекается тем, что нажатием кнопки открывает-закрывает прозрачную капсулу, в которой заморожен голый громила. Но вот дверцу заедает в открытом состоянии, летят электрические искры, и — о ужас! — громила шевелит пальцами. Через некоторое время громила сидит перед пультом охранника, а тот в нелепой позе заморожен в капсуле. «*Дьявол найдет работу незанятому большому пальцу*».

С помощью всей этой веселой и развязной рекламы Virgin Mobile за четыре года выросла в бизнес с четырьмя миллионами потребителей.

Лучше конкурентов

Реклама четко позиционировала Virgin Mobile как компанию, непохожую на других мобильных операторов и одновременно более удобную для потребителя.

Это позволило Virgin Mobile превзойти конкурентов, имевших больший технологический и финансовый потенциал, и продемонстрировать рост в период общего замедления рынка. По расчетам этот рост должен принести Virgin Mobile не менее 428 миллионов фунтов стерлингов валовой прибыли. ■

