

Centrum.cz

Centrum.cz: иди туда, где тебя поймут

Финалист Golden Watch 2004

Агентство: Leo Burnett Prague

Клиент: Centrum.cz

Чешский поисковик Centrum.cz решил стать самым посещаемым порталом в стране. Мысль смелая и амбициозная! Тем не менее добиться целей удалось — и в рекордно короткие сроки, создав сексуальный и раскованный образ марки.

Маркетинговая ситуация и цели кампании

В Чехии есть несколько поисковых сайтов, но ни один из них не предлагает так называемой интеллектуальной системы поиска. Поэтому новый бренд Centrum.cz решил сделать акцент именно на уникальных способностях портала: он умеет «говорить на чешском» (все равно что «говорить по-русски»), то есть распознает слова, окончания, выдает синонимы и антонимы, включает большое количество сленговых выражений. А значит, понимает вас с полуслова!

Основными целями кампании стали:

- создание и усиление знания о бренде Centrum.cz,
- продвижение информации об интеллектуальной системе поиска Centrum.cz,
- привлечение потенциальных потребителей, пользующихся на момент начала рекламной кампании другими сайтами,
- в конечном итоге победа в «войне порталов», которая происходила на чешском информационном рынке.

Решено было завлекать народ с помощью дружелюбного и сексуального имиджа. Люди должны были поверить, что Centrum.cz — это умный и продвинутый сайт. И главное, он должен был превратиться в самый посещаемый портал Чехии.

Так что амбиций у бренда перед запуском кампании было достаточно.

Целевая аудитория

Целевой аудиторией стали все, у кого есть доступ к Интернету (дома, в офисе или в интернет-кафе). Это потребители, которые нуждаются в портале с качественными и инновативными услугами: они хотят общаться с ним на разговорном языке и даже сленге, не стесняясь задавать самые разные вопросы.

На момент старта кампании на сайте www.centrum.cz можно было:

- каждый день просматривать местную информацию,
- пользоваться электронной почтой,
- заходить в чаты,
- читать новости.

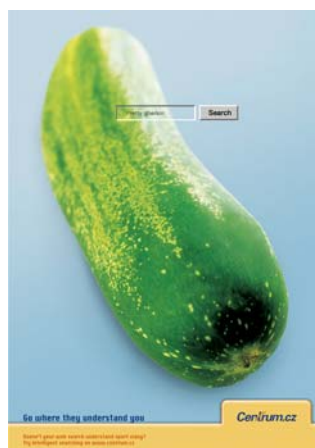
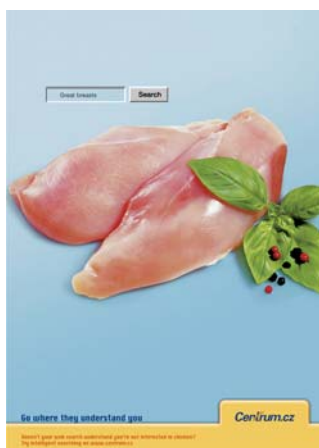
Креативная стратегия

Centrum.cz — умный и раскованный оператор, который всегда знает, что происходит в мире. С ним легко и весело общаться. И он всегда впереди! Поисковый механизм Centrum.cz дважды побеждал в двух официальных конкурсах порталов Чехии. А это означает, что работает он без сбоев и задержек.

Предпосылкой к созданию визуальной идеи стала неприятная особенность многих поисковиков: когда получаешь результат запроса, трудно вычленишь полезные вещи и избавиться от того, что к делу не относится. А хотелось бы получать только те ссылки, которые дают полезную и нужную информацию! Поэтому кампания прошла под слоганом: «Обращайтесь к тем, кто вас понимает».

Победить в «войне порталов»

Позиционирование



Началась она с ТВ-ролика. Смысл его заключается в том, что непонимание приводит к плачевным результатам. Молодой человек и девушка приходят на романтический ужин в китайский ресторан. Вместе с цветами и верхней одеждой девушка передает на попечение гардеробщика своего любимого мопса, которого не смогла оставить дома одного. «*Позаботьтесь о бобике, пожалуйста*», — говорит она, вручая поводок. Ужин идет прекрасно: живая музыка, услужливые официантки, атмосфера Востока. Вот только что-то долго готовят еду... Но тут распахиваются двери, и шеф-повар вносит главное блюдо вечера и провозглашает: «*Бобика!*» То есть приготовленный мопс, которого хозяйка сама и передала в руки работников ресторана. Под вопли ужаса, которые звучат на заднем плане, диктор объявляет мораль: «*Лучше пользуйтесь поисковиком Centrum.cz. Там вас всегда поймут правильно*». После заставки с логотипом показан молодой человек, который невозмутимо вытирает рот салфеткой.

Серия принтов состояла из нескольких плакатов, которые имитировали интернет-страницы со странными результатами поиска. Вот, что может выдать некачественный сайт: на запрос «*great breasts*» («*супергруды*») — куриное филе, «*cute bunnies*» (что по-чешски значит «*милые парни*») — разноцветные пасхальные зайцы, «*pretty gherkins*» (по-чешски проигрыш в спортивном матче) — зеленый корнишон! Зачем вам все эти предметы, если искали вы явно что-то другое? Обращайтесь на интеллектуальный сайт Centrum.cz — он таких промахов себе не позволяет.

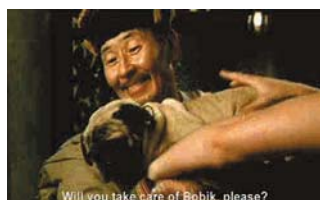
Результаты

Яркие неоднозначные картинки и смешной ролик, конечно же, привлекли внимание новых потребителей.

Спонтанное знание о марке до проведения кампании составляло 9 %, после кампании оно достигло 24 %.

Знание о марке с подсказкой до кампании было 26 %, а после достигло аж 38 %. Это очень хороший результат!

К тому же с каждым днем на сайте прибавляется до 22 % новых посетителей. ■



▲ Вот, что может выдать некачественный сайт: вместо «*супергрудей*» — куриное филе, вместо «*милых парней*» — разноцветных пасхальных зайцев, спортивные новости превратит в зеленые огурцы, а «*симпатичных девушек*» — в живых козочек! Зачем вам все эти вещи, если вы искали явно что-то другое? Обращайтесь на интеллектуальный сайт Centrum.cz — он таких промахов себе не позволяет

◀ Романтический ужин в китайском ресторане. Вместе с цветами и верхней одеждой девушка передает на попечение гардеробщика своего любимого мопса: «*Позаботьтесь о бобике, пожалуйста*». Кульминация ужина: шеф-повар вносит главное блюдо вечера и провозглашает: «*Бобика!*» Под визг ужаса диктор спокойно объясняет, что лучше пользоваться поисковиком Centrum.cz — там вас всегда поймут правильно