

Prigat Activ: Экстра энергия



Приз: Golden Watch 2004

Агентство: Leo Burnett & Target SA, Румыния

Клиент: Prigat Activ

В этом году энергетический напиток Prigat Activ продолжил свою кампанию Extra Energy, и она оказалась столь успешной, что получила золотые часы Movado на конкурсе Golden Watch. На этот раз секрет успеха заключался в хорошо продуманной кампании кросс-промоушн вместе с... магазинами бытовой техники!

Маркетинговая ситуация и цели кампании

Prigat Activ — спортивный напиток, обогащенный витаминами и минералами. Сейчас очень модно говорить о том, что лимонад и даже вода содержат всякие полезные добавки. Даже Bon Aqua выпустила газированную воду со вкусом яблока и витамином E, а Aqua Minerale — с женьшенем!

Понятное дело, конкурентов у Prigat Activ хоть отбавляй. Однако румынское агентство Leo Burnett & Target SA при создании рекламного послания все равно пошло от продукта. Витаминизированный лимонад заряжает вас дополнительной энергией? Прекрасно! Эту энергию следует направить на полезную деятельность. Рекламная кампания должна была рассказать своим потребителям, куда лучше всего использовать появившиеся силы.

Целевой аудиторией стали подростки и взрослые в возрасте 23 – 30 лет.

Креативная и медиастратегии

Креативная концепция под названием Extra Energy родилась в 2003 году. На прошлом фестивале Golden Drum мы видели смешной ролик про детишек, которые с бешеной скоростью мчатся вперед, будто сидят в креслах на аттракционе. Но камера отъезжала назад, и оказывалось, что мальчик и девочка катаются на плечах родителей. Секрет такой сверхэнергичности пап и мам — в лимонаде Prigat Activ, который они регулярно пьют.

В этом году агентство Leo Burnett & Target SA представило на суд жюри Golden Watch целую рекламную кампанию.

В нее вошел ролик «Бегун», напоминающий предыдущий ролик с детьми. Однако в нем мы не видим, с какой скоростью несется герой, а только последствия пробега. На экране душевая кабинка, где моется мужчина. Камера двигается от ванны назад к входной двери: на полу разбросаны вещи спортсмена. Все вроде обычно: футболка, кроссовки, бутылка лимонада Prigat Activ... А дальше — спортивные очки, стекла которых усеяны расплюснутыми насекомыми. Нечто подобное можно увидеть на лобовом стекле автомобиля, если он несется с огромной скоростью!

Кроме рекламного ролика «Бегун» в первый этап кампании вошли и два плаката: «Велосипед» и «Лодка». Бутылку с напитком прикрепили к раме велосипеда (туда, где обычно крепится бутылка с водой) — и поэтому пришлось туго примотать скотчем к рулю обе ручки тормозов. А за лодкой, где на задней банке валяется Prigat Activ, теперь не угнаться, она рассекает волны похлеще водного мотоцикла!

Второй этап кампании был еще интереснее. Это был кросс-промоушн с ведущей румынской сетью магазинов Altex, торгующих бытовой техникой.

Конкурентов много

Преувеличить основное свойство!

Кросс-промоушн

▶ Бутылку с напитком прикрепили к раме велосипеда (туда, где обычно крепится бутылка с водой) — и поэтому пришлось туго примотать скотчем к рулю обе ручки тормозов



▶▶ За лодкой, где пьют Prigat Activ, теперь не угнаться, она рассекает волны похлеще водного мотоцикла!



▲ Другие применения чудесного напитка также нашли отражение в рекламе



◀ Камера движется от душевой кабинки, где моется спортсмен, к входной двери. На полу разбросаны вещи: футболка, кроссовки, бутылка лимонада Prigat Activ... А дальше — спортивные очки, стекла которых усеяны расплюснутыми насекомыми!



В основу партнерства была положена «энергетическая» идея: если у вас есть дополнительный источник энергии, то простая швабра может убрать квартиру эффективнее пылесоса; веер может заменить кондиционер, а ручная стирка не уступает автоматической.

Чтобы доказать эту мысль, в магазинах среди различной бытовой техники поместили необычные наборы: «стакан + венчик + Prigat Activ» — на полке с миксерами; «ручная терка + Prigat Activ» — рядом с комбайнами; «веер + Prigat Activ» в ряду кондиционеров; швабра с привязанной к ней бутылкой Prigat Activ среди навороченных пылесосов.

Покупатели просто не могли не заметить таких мини-инсталляций! Они вызвали всеобщее веселье и радость.

Результаты

По результатам кампании был снят двухминутный фильм, демонстрирующий поведение людей в магазинах. Достаточно забавно смотреть на реакцию проходящих мимо полок покупателей, которые то показывают на лимонад пальцем, то просто смеются. Во всяком случае, реакция была только положительной.

К сожалению, конкретные цифры увеличения продаж и знания о товаре нам неизвестны. Но международное жюри Golden Watch высоко оценило эту работу и наградило ее золотыми часами. ■

▲ Вот такой забавный кросс-промоушн энергетического лимонада Prigat Activ с магазинами бытовой техники. Покупатели просто не могли не заметить мини-инсталляций, и они вызвали всеобщее веселье и радость. «И плюс энергия!» — написано на желтом скотче