

# SAZKA: гигантские скамейки

Агентство: MEDIAEDGE: CIA CR

Клиент: Sazka

Финалист Media Awards

Что привлекает людей в азартных играх? Конечно же, возможность легко выиграть много денег. Разместив в Праге огромные скамейки и мусорные бачки, чешское агентство MEDIAEDGE наглядно продемонстрировало величину джекпота.

## Маркетинговая ситуация и цели кампании

Sazka — самая крупная в Чехии национальная лотерейная компания. Чтобы заработать больше, они решили увеличить минимальный размер ставки. Это нововведение касалось ее основной азартной игры под названием Sportka.

Рекламная кампания должна была:

- напомнить людям, что они могут выиграть громадные суммы денег — «больше, чем обычно» (это стало слоганом),
- поддержать игроков, делающих ставки,
- сохранить количество ставок неизменным, несмотря на то что стоимость минимальной ставки возросла.

## Креативная и медиастратегия

Рекламный слоган «Больше, чем обычно» появился раньше, чем данная кампания. Он использовался для того, чтобы объявить о джекпоте размером в сорок миллионов чешских крон.

Но рекламисты дали слогану новую жизнь — они проиллюстрировали его буквально: на улицах Праги появились скамейки, телефонные будки, остановки и ступеньки — все невообразимых размеров. Так часто бывает с талантливыми рекламистами — они не пытаются непременно создать для клиента что-то абсолютно новое, а умело открывают потенциал существующих решений.

Жители города и сам клиент восприняли креативную идею на «ура». Молодежь устраивала на этих великанских скамейках вечеринки или просто тусовалась. Многие с радостью фотографировались на фоне полуметровых ступеней или пытались дотянуться до громадного телефона и нажимать на кнопки.

Время проведения кампании совпало с прохождением мирового хоккейного чемпионата в Праге, и артефакты, расставленные на улицах города, просто не могли не привлечь к себе гостей-иностранцев. Это создало дополнительное паблисити, а туристы рассказали об увиденном у себя дома.

Был также выпущен специальный «увеличенный» номер газеты Metro — все поля вокруг стандартного размера занимала реклама игры Sportka: «Больше, чем обычно».

Прага — пивной город, и значительная часть общения людей происходит в пивных барах. Именно там на столах появились «увеличенные» пивные подставки — и прикольно, и тема для разговора!

## Результаты

Рекламная кампания помогла сохранить количество ставок, несмотря на повышение их стоимости. А большие предметы в центре города стали хорошим информационным поводом — даже в крупных газетах и журналах появились заметки с фотографиями скамеек, тележек для супермаркета и остановок невероятных размеров. И все это без дополнительного денежного стимулирования. ■

Заработай больше

«Big Idea»



◀ На улицах Праги появились предметы невообразимых размеров: скамейки, телефонные будки, остановки, ступеньки в метро, тележки в супермаркетах. Всего было создано 22 артефакта. Все они наглядно показывали возможность гигантских выигршей в игре Sportka



▲ Реальная и увеличенная урны в сравнении с человеком. Всего было установлено пять таких урн



▲ Реальная и увеличенная тележки в супермаркете в сравнении с человеком. Достаточно было четырех тележек



◀ Приманка для фотографа — в газетах и журналах появились заметки с фотографиями артефактов