



Алексей АНДРЕЕВ
(Москва) — президент
рекламной группы
Depot WPF Brand & Identity

Метод от противного, или Мозг, Nuts, Желудок и массовка

Алексей Андреев комментирует рекламный ролик Nuts

С точки зрения позиционирования продукта мне показался очевидным приём от противного. Желудок — это настоящий мерзавец-сосед, которого «не выбирают». Он постоянно просит взаймы, навязчиво зовёт «тяпнуть по сто пятьдесят», включает на полную громкость «Радио Шансон», паркует свою ржавую «четвёрку» поперёк проезда, кидает мусор мимо мусоропровода и т.д.

Естественно, за таким сильным отрицательным персонажем можно четко усмотреть конкурента Nuts'a — речь идёт о «марсах»-«сникерсах», которые в сознании потребителей удовлетворяют «низменные» потребности человека, типа пожрать.

Сам Nuts выбрал другой путь — он помогает Мозгу. Ничего плотского и скотского. Ну как в такого не влюбиться?

Как стать уникальным?

Ясно, что при выборе стратегии маркетологи-крейторы стояли перед трудной задачей. Как стать если не первыми, то хотя бы уникальными? Одни уже борются с голодом, другие делают паузу... В общем, все мыслимые места в сознании потребителя заняты. Оказывается, не все! А мозгу кто поможет?

Другое дело, что проиллюстрировать бесценную помощь мозгу, которую даёт обычная шоколадная конфета, очень нелегко. Ну как, скажите, подать информацию, чтобы людям было интересно? Чтобы они не стали ковыряться в досуговых размышлениях, мол, чем же так полезен шоколад с орехами? Зубам — вредно, пищеварению — тоже нездорово, обмен веществ явно страдает от этого шоколада, прыщи начинаются всякие. Звучит убедительно, а вот польза для мозга как-то сразу не прочитывается.

Здесь на помощь пришёл креатив — и одержал победу! Замечательный формат юмористического ток-шоу развязал авторам руки, а нам, зрителям, окончательно запудрил мозги! Закадровый смех, символическая условность образов, прекрасный кастинг позволяют не только доходчиво рассказывать о пользе Nuts'a для мозга, но и протаскивать любые, даже слабые сюжеты.

Молодежный сериал

Не уверен, что авторы здесь были изобретателями велосипеда, но ход бесспорно прекрасен. Это же чистой воды подмена! Смотрите: не продукт Nuts благотворно влияет на мозг человека за счёт содержания в себе того-то и сего-то, а подросток по имени Nuts оказывается в разных забавных ситуациях и всячески поддерживает подростка по имени Мозг. Разумеется, Мозг — толстый, беспомощный лишенец, не способный в реальной жизни добиться успеха у сверстников обоих полов. А Nuts, как истинный друг, то и дело подставляет ему своё плечо. Вот вам молодежный сериал с названием «Смышлёный паренёк, толстое чудо в очках, гад с волосатой грудью и их друзья»! Таких сериалов полно, но только здесь идея превратилась в прекрасный рекламный тизер, где на уровне гэгов описываются всевозможные потребительские качества продукта: цельные лесные орехи и т.д.

Мы не располагаем данными ритейл-аудитов, поэтому об эффективности рекламы говорить не можем. Также оставим за скобками вопросы типа, вводит или нет в заблуждение потребителя призыв: ешь шоколад с орехами и станешь умнее. Мы просто со слезами умиления будем ждать продолжения сериала.

Чуть не забыли о белках. Это отдельная песня. Эти существа мужского пола в майках и с ушками никого не оставили равнодушными. Они даже в большей степени, чем Мозг, являются носителями семантики нереальности. Они как бы говорят всем своим видом: смотрите, мы до такой степени абсурдны и условны, что формат обращения должен быть сразу понятен. Это бурлеск. Это — два крокодила летят в Челябинск... Это классическая комедия положений.

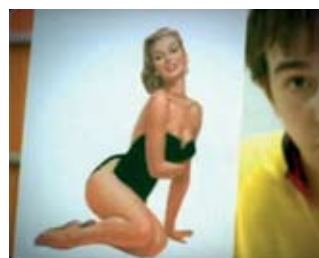
Единственное, что вызывает лёгкое опасение, — как данные рекламные образы будут жить на других носителях? Будет ли это эффектно? Без динамики, гримас и закадрового хохота? Тогда нужно много-много «телевизора», чтобы персонажи въелись в самый, простите, мозг. Чтобы при одном взгляде на крупный план Белки или Мозга на плакате или листовке у человека возникала улыбка, тяга к совершению покупки и другие правильные реакции. ■



◀ Мозг у себя дома мирно читает книгу. Вдруг к нему в дверь врывается взлохмаченный и зацелованный Nuts. «Помоги!», — просит Nuts, и подвигает к себе тумбочку, подпирая ходящую ходунком дверь. Мозг смотрит в домофон и видит сгорающих от нетерпения девушек. «Просто дружище, все хотят выиграть ноутбук» — объясняет Nuts. «Только Nuts поможет выиграть современный ноутбук и тысячу других полезных для Мозга призов» — говорит голос за кадром. «Заряжай мозги и участвуй в Nutso-мании»



◀ Nuts пришел в гости. Но вместо Мозга дверь ему открывает отвратительный тип — Желудок. «О, Nuts, заходи! — восклицает он, жуя, и не спеша вытирает руку о майку, после чего протягивает ее Nuts'у для приветствия. «Кажется, я ошибся», — мямлит Nuts и поспешно убегает вверх по лестнице. «В первую очередь Nuts помогает Мозгу. Поэтому заряжай мозги!» Все работы — PA Lowe Adventa (Москва)



◀ Белке предстоит пройти нелегкое испытание. В одной руке Nuts держит иллюстрацию с привлекательной девушкой, в другой — с лесным орехом. Белка нерешительно указывает на девушку. Nuts, измученный дрессировкой, роняет картинки на стол. Затем, собравшись, вновь берет их в руки и мимикой показывает белке — мол, выбирай левую. На этот раз белка с первого раза выбирает орех! «Только хорошо обученная белка может добыть цельные лесные орехи, — говорит голос за кадром. Nuts — заряжай мозги!»

