

NEUF: КАК ПРОДВИНУТЬ ТРИ УСЛУГИ СРАЗУ

АГЕНТСТВО: .V., ПРИЗ: EFFIE FRANCE 2007



Интернет, телефон, цифровое телевидение... Как сделать рекламу, которая бы двигала все услуги сразу? Оператор Neuf решил, что здесь может помочь юмор. И правильно! Кроме того, что люди начали звонить по нужному номеру и заказывать услуги, они еще и пересказывали сюжеты роликов.

Ситуация

Рынок телекоммуникаций отличается агрессивностью во всех странах. Neuf (что в переводе с французского означает просто «девять») решил потягаться с такими известными марками, как France Telecom и Orange.

Побороть их, конечно, очень трудно, но у Neuf было выгодное коммерческое предложение — всего за 29,90 евро в месяц можно было получить Интернет, телефон и телевизионное вещание. Чтобы не забивать потенциальным клиентам голову другой информацией (которая в основном у операторов одинаковая), было решено положить в основу рекламной кампании именно сообщение о финансовой выгоде. Но рассказать надо было сразу о трех услугах!

Креативное решение

Главным медианосителем было выбрано телевидение. Крийторы агентства .V. создали серию роликов, которые должны были донести информацию о новой услуге и конкурентоспособности Neuf.

Объединить три услуги помог юмор. Были созданы три ролика — три забавных сюжета. Один про блондинку-амазонку, скачущую на коне вдоль океана. Другой — фантастическая пародия на фильм «Воспламеняющая взглядом». И третий — комедия с писающим щенком. Все ролики очень короткие.

В споте «Амазонка» перед нами разворачивается двойной сюжет: мужчина разговаривает в своем бунгало по мобильному телефону, и мы слышим, как его собеседник описывает ему сценарий фильма. А на заднем плане кадра в этот момент визуализируется все сказанное по телефону.

Собеседник что-то говорит про амазонку, скачущую по берегу океана, и мы видим в открытую дверь бунгало, как у кромки воды появляется всадница в купальнике и на лошади. Она резво скачет, разговаривая по телефону. Но мужчине в бунгало не нравится идея с блондинкой на коне — и в этот момент амазонка летит с лошади в воду и неуклюже барахтается там. Во время этого сюрреалистического действия по экрану ползет вполне нормальная информация о том, что Neuf предлагает Интернет, безлимитный телефон и телевизионное вещание.

В ролике «Знаменитость» два друга смотрят футбол, и в самый ответственный момент, когда известный игрок пытается забить гол... щенок, который сидел на коленях у одного из друзей, вдруг описался. Но это друзей не смущает, они нажимают на паузу (ведь с Neuf это возможно) и начинают обсуждать негодника.

Результаты

После первого спота под названием «Амазонка» число звонков на номер 1099, который указывался в роликах, выросло на 30%.

Сюжеты спотов быстро запоминались, они нравились, люди их пересказывали. Особенно хвалили работу режиссера и актерскую игру, в Интернете даже появилось несколько пародий.

Ключ к идее



Суть идеи: чтобы совместить несколько услуг в коротком ролике — используйте юмор. Когда трудно связать вещи логикой, поможет абсурд. Тем более что абсурд — вполне законный прием создания комического эффекта.

В роликах Neuf мы видим, как люди говорят по сотовым телефонам, смотрят различные программы, «перелистывают» на экране фильмы, выбирая, что посмотреть, останавливают матчи. Все это доказывает возможности рекламируемого оператора. А сюжеты? Они абсурдны, как сама жизнь!

01 > Высокоскоростной Интернет, безлимитный телефон, цифровое телевидение. Всего за 29,90 евро в месяц.

А то, что щенок описался во время матча, не беда. Можно поставить бросок по воротам на паузу... и пойти застирать рубашку

02 > Когда мужчина начинает возмущаться и не верить в услуги, предоставляемые Neuf, собеседник уменьшает его до размера лилипута при помощи зеленых лучей из глаз. Просто звоните по телефону 1099!

03 > Сценарий нового фильма обсуждают по телефону. А на заднем плане мы видим, как визуализируется все сказанное. Мужчине не нравится идея с блондинкой на коне, и в этот момент она летит с лошади в воду. Neuf предоставляет Интернет, безлимитный телефон и телевизионное вещание

Источник идеи: анекдоты и сюжеты комедийного кино. Многие из них абсурдны — а ведь это хороший прием, который стоит взять на вооружение.

Тренировочные задания:

1. Есть такая игра, развивающая креативное мышление: надо связать в один сюжет расцветание в огороде бузины и приезд дядьки из Киева. Или любые другие предметы и явления. Попробуйте потренироваться в этом духе, а потом с той же легкостью отказываться от логики и поиграть с вашими услугами и товарами.

2. Если нужно вместить в одно послание комплекс услуг или оно получается слишком длинным — напишите его текстом на экране. А на заднем плане пусть будет смешная сценка, связанная с текстом очень формально.

3. У вас магазин, и вы продаете товары широкого ассортимента? Выберите максимально далекие друг от друга товары и максимально нелогично совместите их на одной картинке. Если будете последовательны — получится интересно. ®

