

ШКОЛА НА ОБОЧИНЕ

БРЕНД: MOBILE SCHOOL, АГЕНТСТВО: DVN NV, БЕЛЬГИЯ, ПРИЗ: «СЕРЕБРО»

Чтобы рассказать о «Передвижных школах», которые представляют собой раздвижные доски с заданиями, таблицами умножения и прописями, а также с пространством, где уличные дети могут потренироваться писать, считать и читать, в Бельгии провели акцию «Рисуем мелками». Дети начальных классов собрали имена своих знакомых и написали их потом на асфальте у школы — получилось красочное панно. А каждое имя было спонсировано владельцем в размере одного евро



Эта социальная кампания привлекла внимание общественности к уличным детям, которые не умеют писать даже свои имена, и смогла сплотить жителей Бельгии. Они охотно отдавали деньги за написание своих собственных имен на асфальте перед школами.

Ситуация

Передвижная школа «Mobile School VZW» — это бельгийская некоммерческая организация, которая стремится помочь уличным детям во всем мире. Главная задача их деятельности — обучить детей минимальным навыкам письма, чтения, а также рассказать о здоровом образе жизни, о вреде наркотиков и о предотвращении заболевания СПИДом.

На самом деле это первая рекламная кампания «Передвижной школы», до этого организация пыталась рассказать о себе только с помощью слухов, но название организации и ее работа были плохо известны в разных странах. У некоммерческих организаций есть и свои сильные конкуренты: у Mobile School это Damiaan, Unicef, Amnesty, Médecins sans Frontières и другие.

Главной целью кампании стало желание рассказать об организации и способствовать запоминанию ее названия. «Передвижные школы» представляют собой раздвижные доски с заданиями, таблицами умножения

и прописями, а также с пространством, где уличные дети могут потренироваться писать, считать и читать. В ходе этой кампании, получившей название «Рисуем мелками», должны были поучаствовать дети из обычных начальных школ в возрасте от 6 до 12 лет. В рамках проекта они как раз могли узнать о существовании уличных детей и их проблемах.

Креативное решение

Проект «Рисуем мелками» был запущен в 2425 бельгийских начальных школах. И начался он с партизанского маркетинга. Всего на подготовку раздаточных материалов было затрачено около 11 тысяч долларов, все сотрудники «Передвижной школы» были, конечно, волонтерами.

В чем заключалась партизанская акция? 46 волонтеров за ночь до начала проекта отправились в 361 школу и написали послание к директорам мелками перед входом: «Добро пожаловать (и имя директора)». На следующий день каждый директор нашел на своем столе еще и письмо, лично ему адресованное, где говорилось, что шесть миллионов уличных детей даже не знают, как пишется их собственное имя, и, поучаствовав в проекте «Передвижной школы», их учебное заведение поможет им научиться хотя бы элементарным правилам правописания.

Проект не прошел незамеченным для прессы и получил большой отклик у жителей городов. Сами послания были показаны в новостных блоках по местным телевизионным каналам.

Остальные 2064 школы получили то же послание в рассылке по электронной почте. У школ было три месяца на принятие решения стать участниками движения «Рисуем мелками».

Каждой школе также прислали материалы об уличных детях, они были оформлены в игровой манере — пазлы, видео, тексты с картинками — ведь детишки из начальных классов должны были попытаться осознать эти проблемы и захотеть помочь.

В итоге этой акции дети отправились на поиски имен своих знакомых, родителей, родственников, после чего они записали все собранные имена мелками на школьных детских площадках, создав огромные уличные картины всех цветов радуги. Имена должны были принадлежать тем людям, которые поддерживают проект «Передвижных школ» в Бельгии. И каждый человек должен был спонсировать написание своего имени монеткой в один евро.

Простым посланием этой акции стал вопрос: «Если бы все, что у тебя было, — это твое имя, разве не хотел бы ты уметь его писать?» А сам мелок символизировал две вещи: это, во-первых, один из самых характерных атрибутов школы и образовательного процесса (на досках в школах все обычно пишут мелом), а во-вторых, многие детские игры связаны с рисованиями мелками на асфальте.

Результаты

В Бельгии этот проект оказался настолько успешным и привлек так много внимания, что получил множество местных наград в сфере маркетинга и вовлечения аудитории. В нем поучаствовали 23 тысячи детей из начальных классов. Механизм очень прост — если вы обращаетесь к людям по имени, это сразу переводит отношения на другой уровень, это означает, что вы знакомы и готовы поделиться своими радостями и горестями. Из этого может вырасти крепкая дружба.

Акция собрала 90 тысяч долларов, что позволило организации удвоить количество «Передвижных школ» для обучения уличных детей.

Ключ к идее

Суть идеи: привлечь для рекламы общественного движения людей, дав им в руки увлекательный и простой инструмент.

Таким инструментом стало рисование мелками на асфальте. Сразу всплывают вос-

поминания детства — ведь все рисовали что-то! И сейчас мальчики в российских школах оставляют нарисованные мелом поздравления с 8 Марта у входа в школу. Это простой и доступный способ донести послание. А то, что приходится писать приветствия ночью, добавляет азарта и романтики. Неудивительно, что многие люди согласились участвовать в акциях «Передвижной школы» добровольно.

Второй важный момент — это изобретение раздвижной передвижной доски. Материальный объект, обладающий уникальной конструкцией и формой, становится и привлекательным моментом, и символом акции.

Еще один интересный механизм этой кампании — сбор имен спонсоров. Люди сообщали свои имена детям, одновременно делая пожертвования на образовательную программу. Одно имя — один евро. Твердая ставка. Такая вот мистическая процедура, похожая на то, как в церквях пишут записочки с именами «за здоровье». Позволить написать имя — это как оставить свой отпечаток, след. И когда все имена дарителей (только имена, без фамилий) были написаны на больших пространствах, это создало у людей ощущение единства.

Источник идеи: поскольку рекламировалась образовательная программа, было резонно найти идею в мире школы и детства. Рекламисты вспомнили то, что дети любят делать, как они проводят свое время, — многие рисуют картинки на асфальте или прыгают в классики.

Другой источник — светлые магические практики, до сих пор живущие в традиционных праздниках и религиях: поделиться своим именем, написать на листочке бумаги пожелание и так далее. Прекрасный ресурс для поиска идей!

Тренировочные вопросы:

1. Предположим, вам нужно создать массовую акцию, которая привлечет людей. Для этого они должны внести свой вклад, частичку себя. Может быть, оставить отпечаток губ, ладони или ступни, написать пожелание или поделиться именем. Что наиболее подходит вашей ситуации, вашему бренду?
2. Люди любят как получать сюрпризы, так и делать их. Какой сюрприз вы могли бы предложить вашим потребителям сделать для общества? Для конкретных людей?
3. Попробуйте изобрести передвижную конструкцию, которая бы привлекала внимание людей. Изобретать можно по аналогии, ведь вам требуется создать не серийный образец, а лишь что-то удивительное. Часто это сочетание двух известных предметов, своеобразный кентавр, — так, как это получилось у создателей «Передвижной школы». ®