

КАНАРЕЙКИ.NET: ЗАХОДИТЕ В СЕРИАЛ!

РЕКЛАМОДАТЕЛЬ: **McDONALD'S**, АГЕНТСТВО: **LEO BURNETT MOSCOW**,
ПРИЗ: ФИНАЛИСТ В КОНКУРСЕ РЕКЛАМНЫХ КАМПАНИЙ ФЕСТИВАЛЯ «ИДЕЯ!»

Рекрутинговый отдел McDonald's получил множество кандидатов благодаря молодежному сериалу, запущенному в Интернете. Для успеха понадобились два ярких героя и несколько интерактивных серий.

Задачи кампании

Основной задачей кампании стала необходимость изменить представление о работе в McDonald's. Для молодых людей — это хороший шанс получить множество навыков, таких, как умение работать в команде, распоряжаться своим временем, принимать решения и делать несколько дел сразу.

Креативное решение

Чтобы продемонстрировать навыки, которые человек получает, работая в ресторанах быстрого питания, был придуман молодежный сериал, запущенный на сайте kanareiki.net. Сам сериал получил название «Двое

в квартире, не считая канарейки». Прототипом сериала послужили существующие телевизионные ситкомы — «Универ», «Кремлевские курсанты» и «Папины дочки». Они пользуются популярностью среди молодых людей, поэтому внимание к кампании было гарантировано с самого начала.

Но у сериала для McDonald's было существенное отличие — на разных этапах сюжетной линии зритель может выбирать, как поведут себя герои, кликнув на один из всплывающих на экране вариантов.

На сайте вывешены две серии, из которых мы узнаем о жизни главных героев — Макара и Лизаветы. Он студент третьего курса, который работает в McDonald's, она — его девушка, студентка физико-математического факультета. Она немного ветрена, любит отдыхать и плохо понимает те предметы, которые изучает. Однако общительная, изобретательная и симпатичная. Он полон идей и все успевает.

Рекламные ролики, призывающие зайти на сайт и познакомиться с героями, — также часть

Лизавета выставляет Макара из дома, надавав ему несметную тучу указаний: «Сдать книги в библиотеку, навестить Машку в больнице, заплатить за квартиру, починить ноут, узнать про билеты на премьеру. И если успеешь — посадить дерево и построить дом». Она с радостью закрывает за ним дверь, так как ждет подружек. Но через секунду он возвращается с билетами, приветом от Машки и полным пакетом еды. Ведь недаром он работает в McDonald's: «Все успевать — McDonald's дает навыки, которые точно пригодятся»



сериала. В первом Лизавета дает указания Макару: «Сдать книги в библиотеку, навестить Машку в больнице, заплатить за квартиру, починить ноут, узнать про билеты на премьеру. И если успеешь — посадить дерево и построить дом». Она с радостью закрывает за ним дверь, так как ждет подружек. Но через секунду он возвращается с билетами, приветом от Машки и полным пакетом еды. Ведь недаром он работает в McDonald's: «Все успеваешь — McDonald's дает навыки, которые точно пригодятся» — и закадровый смех, как это принято в сериалах.

Во втором ролике в квартиру к ребятам приходит огромное количество людей, которым нужен Макар, чтобы он стал нападающим в игре, басистом в группе, а также... и этот список можно продолжать бесконечно. «Работать в команде — McDonald's дает навыки, которые точно пригодятся». Вот такая веселая кампания!

Результаты

Текущая кадров уменьшилась на 12%. Количество анкет увеличилось на 28%. Индекс «Работа в McDonald's — это весело и интересно» возрос с 27% до 59%. И все потому, что криейторы агентства смогли нащупать то, что целевой группе будет однозначно интересно.

Ключ к идее

Суть идеи: интерактивный сериал, в котором каждый зритель может управлять

героями. Данная кампания McDonald's интересна скорее самим принципом, нежели воплощением, — она демонстрирует перспективное направление, которое стоит разрабатывать в рекламе.

Источник идеи: популярные телесериалы, к которым добавлен интерактив. Сюжетно сериал McDonald's повторяет американскую модель достижения счастливого будущего: студент — работник сети быстрого питания добьется успеха с нуля. Идея для ТВ совсем не нова, но о McDonald's sitcomов еще не снимали. В рекламе сериалы существуют давно, один из самых интересных сериалов создан о работниках шведского супермаркета ICA.

Тренировочные задания:

1. Если вам нужно поднять имидж вашей профессии, то у вас есть шанс снять о ней сериал. Покажите интересные стороны, привлекайте людей всякими прикольными рассказами! К этому подходу часто обращаются в других странах для агитирования молодых людей вступить в армию: им показывают истории с загадками и предлагают их разгадать. Те люди, которые сумеют это сделать, годны служить. Таким образом, армия позиционируется как место для людей с высокими интеллектуальными способностями.
2. Сделайте сериал с интерактивом: как зрители могли бы поучаствовать в жизни героев? ®



Всем героям этого ролика нужен Макар для подмены заболевшего или отсутствующего коллеги — после работы в McDonald's любая работа вам по плечу!