

Надувательство в рекламе: шесть приемов



Виктор Таланов

(Москва) — компания «Русбал», контакт: www.rusbal.ru, vtalanov.livejournal.com

Внимание современного человека сложно привлечь позитивом. Человек скорее клюнет на анонс типа «...погибли 6 человек...», чем на надпись «...как прекрасен мир...». Как же быть, если имидж вашей компании позитивный? На помощь приходят идеи и технологии, способные удивить прохожего, заставить достать фотоаппарат и потом показать фотографии друзьям и разместить в блоге. Как человек практичный, не буду утомлять теорией, а сразу перейду к практическим приемам удивления надувными штуками.

Для начала несколько слов о технологии. Надувные, или пневматические, конструкции бывают герметичными и негерметичными.

С герметичными технологиями все понятно — все умеют надувать и завязывать шарик, хотя в статье речь идет о конструкциях размером от 1,5 до 45 метров.

Негерметичные пневматические конструкции требуют постоянной подкачки вентилятором — собственно, это единственный минус негерметичных конструкций. В остальном у негерметичных конструкций сплошные плюсы: они более дешевые, так как изготавливаются по швейным технологиям, они не боятся мелких порезов и проколов, они не зависят от суточных перепадов температуры, можно применять более широкий спектр материалов, можно изготавливать очень сложные формы. В общем, открывается широкое поле для креатива!



01 > Огромный огнетушитель напомнит о необходимости противопожарной безопасности

02 > Большая кроссовка над вашей головой... Кинг-Конг решил заняться бегом?



Увеличиваем маленькое

Дирижаблями на веревочке или надувными дедами-морозами на крыше удивить сложно, хотя этого порой достаточно для увеличения посетителей магазина или ресторана. Дирижабль — давно уже не новинка, и все поголовно знают, что он большой. Да и дед-мороз — мужчина не маленький.

Если вы считаете, что эффекта недостаточно, то первым делом нужно подумать, какой формы должна быть надувнушка. Сразу совет: увеличенная надувная копия пачки чая выглядит эффектнее, чем уменьшенная копия Кремля. Другими словами, надувайте предметы, которые в реальной жизни маленькие. Если уж этот прием прекрасно работает в печатной рекламе, журналах и наружке, то в объеме он сработает гораздо сильнее!



Подвешиваем тяжелое

Не менее эффектно выглядит предмет, который в реальной жизни очень тяжелый, но вы его разместили в подвешенном состоянии





03 >



04 >



05 >



06 >



07 >

03 > Такая чашка будет заметна с шоссе издали

04 > Собственно, никакого креатива — просто увеличение. Но эффектно!

05 > Удачное сочетание технологии и послания бренда: желтая подводная лодка «Евросети» обошла страницы прессы и всего Интернета

06 > Этот «реактивный самолет» приземлился на московской улице, чтобы прорекламировать открытие ресторана

07 > Каждый третий прохожий доставал мобильник, чтобы сфотографировать танк на крыше

или на крыше или прикрепили к стене. Были такие эксперименты с танком на крыше. Интересно было наблюдать за людьми: каждый третий доставал мобильник, чтобы сфотографировать. Сразу приходит в голову мысль: а что, если сделать имитацию огромного камня диаметром 3–6 метров, свисающего с крыши? А если еще добавить звуки скрипа и треска? Ого, да ведь камень вот-вот свалится!

Сколько может стоить воплощение такой креативной идеи? В общем, столько же, сколько стоит построить обычный геостат специальной формы. В зависимости от сложности формы и рисунка — 50–300 тысяч рублей. Обычно производители на реализацию такого проекта берут 3–6 недель. Срок службы такой надувнушки от 1 года до 3 лет, зависит от типа используемой ткани. Но по собственному опыту могу сказать: с точки зрения удивления наиболее эффективными будут первые 2–4 недели.



Катастрофы

Раз уж люди падки на катастрофы, можно устроить для них такое шоу. Для этого может подойти, скажем, крушение самолета в центре города. Сделать надувной самолет — дело

непростое, но реальное. Не обязательно делать самолет целиком, ведь если самолет врезался в здание, то наружу будет торчать только хвост! Так что можно сделать только хвост самолета, воткнуть его в крышу здания, а для усиления эффекта поставить дымовую машину, чтобы самолет догорал. Сделать в натуральную величину хвостовую часть лайнера особых проблем не вызовет.

Очень эффектно выглядит, когда надувная конструкция изменяет облик здания или другого объекта. Тут можно фантазировать много и долго. Главное, что надувные конструкции достаточно легкие и проблем с инженерами и архитекторами зданий не возникнет. У вас ресторан с морепродуктами в меню? Устройте нападение спрута на здание! Свадебный салон? На фасад можно прикрепить гигантский балкон с красивой блондинкой или можно просто украсить фасад и крышу гигантскими цветами. Конечно, блондинка размером с медведя — это еще не катастрофа, но внимание привлечет.

Итак, если вы хотите использовать пневматическую технологию для удивления, основным ориентиром для вас должна быть тема гигантизма. В любом случае воздушный шар размером с дом удивит окружающих. А если его надуть так, чтобы он не уместился между домами и его плющило? Подобная затея подойдет для PR-акции как нельзя лучше! Нужно только, чтобы идея была связана по смыслу с вашим товаром или услугой.



01 > Пусть Всевышний тоже почитает... Газета Goteborg Posten знаменита не только своей наружной рекламой, но и надувными чудесами! Победитель Международного фестиваля Hot Air Balloons, состоявшегося в Иордании в 2008 году

02 > Открыли строительный гипермаркет? Конструктор этого пробитого гвоздем шара — Jon Radowski, вся документация опубликована на www.nailballoon.com

03 > Конфетам «Мишка на Севере» не помешал бы такой PR

04 > Небо во время международного фестиваля Albuquerque International Balloon Fiesta (balloonfiesta.com), который проходит в Нью-Мехико каждый год



Летающие чудеса

Гарантированно и регулярно ваше креативное детище будет попадать на страницы и экраны СМИ, если вы решитесь на тепловой аэростат специальной формы. Регулярный полет и фиесты воздушных шаров привлекают внимания и зевак, и прессы. Но простые шары не так бросаются в глаза, как их «специформенные» братья. Гигантизм в воздухоплавании поражает. Размер шара может достигать до 50 метров. Для того чтобы оценить полет фантазии, поищите в поисковых системах Интернета картинки по ключевой фразе «special shape balloons» — уверен, увиденное не оставит вас равнодушными.

Коробка спичек или карандашей, увеличенная в 1000 раз, удивит любого, главное — создаст позитивное настроение. На таком шаре с удовольствием покатаются и ваши ключевые клиенты.

Воздушный шар Moët & Chandon облетел множество стран — и везде он привлекал внимание людей и прессы, потому что сделан был в виде пробки от знаменитого шампанского.

Чего стоит летающий креатив? Бюджет начинается примерно от 1 миллиона рублей. За эти деньги в течение 2–3 месяцев вам сделают шар не самой сложной формы. Также не стоит забывать, что для воздушного шара (тепловой аэростат) требуется пилот и команда с машиной сопровождения.

Для справки: для подъема в воздух вашего креативного решения можно использовать не только теплый воздух, но и гелий. Сделать гелиевый аэростат сложной формы непросто, а некоторые формы вообще нереализуемы. Сам аэростат специальной формы может стоить не очень дорого — 50–150 тысяч рублей, но вот эксплуатация гелиевых аэростатов — недешевое удовольствие. Один день эксплуатации может достигать до 20 тысяч рублей. Строить иллюзии, что тут все просто, как с шариком для детей, не нужно, тонкостей при использовании гелия более чем достаточно.



05 > Танцующий повар со свиньей приглашает на барбекю. Компания Ameramark (США)

06 > Наденьте на танцора юбочку, добавьте женских признаков — и ваш танцор станет секси!

07 > Конечно, «Звездным войнам» реклама не нужна... А вам?

08 > Надувные фигуры часто служат фоном для фотографий — люди становятся носителями вашей рекламы

09 > Если при входе на выставку вас встречает такой мамонтенок, не обратить внимание на фирму нельзя

10 > Такие надувные качели очень любят детишки. А еще — это простор для вашего креатива!

5

Надувные мультки

Динамические фигуры (аэромены) похожи на оживших героев мультфильмов. Это замечательный способ привлечь внимание и поднять настроение публики. Фигуры совершают хаотические движения, напоминающие танец. Воздушный человек, или аэромен, как его называют на Западе, превратит любое мероприятие в шоу, а расцветка в корпоративных тонах придаст фигуре дополнительный шарм и, несомненно, создаст лучшее впечатление о рекламодателе.

Добавьте немного творческой мысли — и стандартная конструкция аэромена превратится в Сосисочного человека, Пляшущую авторучку или группу Веселых макарон.

6

Интерактив

Для проведения массовых акций в качестве рекламных носителей можно использовать надувные аттракционы.

Например, почему бы не установить огромный надувной экран и с помощью проектора показывать на нем кино? Внимание публики гарантировано!

Если же хотите больше интерактива — позвольте людям двигаться. Поверьте, взрослые хотят попрыгать на детском надувном батуте не меньше, чем дети, только стесняются. Сделайте батут в виде кроссовки или надувную горку в виде туфли — реклама и развлечение в одном флаконе вам обеспечены. Рекламная площадь на батуте довольно большая — и логотип поместится, и задорный призыв.

Такое надувное изделие легко перевозить, и если у вас сеть магазинов, то вы можете перемещать рекламу между точками.

Стоимость взрослого рекламного батута будет не больше, чем у детского аттракциона; за эксклюзив, конечно, придется доплатить. В общем цена будет находиться в диапазоне 100–300 тысяч рублей. А срок изготовления 2–4 недели.

Самый бюджетный вариант — это надувные качели. Фактически это надувной шар с привязанными скамеечками. Собственно, идея этого аттракциона родилась после того, как заметили, что детишки любят попинать надувные рекламные конструкции (геостаты). Идея простая и пока еще не приевшаяся. Чуть-чуть творчества — и вы можете превратить аттракцион в рекламный театр, в котором детишки станут актерами. Например, смело заявить: «Как нас ни пинай, мы притягиваем к себе!»

Напоследок еще один совет: придумайте персонаж или объект, который бы олицетворял ваш бренд, и тогда вам всегда будет что надувать. ®