

Фото по Интернету — на обложку Playboy

КЛИЕНТ: GRUPO Q

БРЕНД: PLAYBOY MAGAZINE

АГЕНТСТВО: GREY ARGENTINA, Буэнос-Айрес

КАТЕГОРИЯ: DIRECT LIONS

НАГРАДА: «СЕРЕБРО»

01 > Краткая инструкция о том, что нужно сделать, чтобы поучаствовать в кастинге Playboy, — встать перед камерой в бикини и позировать фотографу по Интернету

Это история о том, как привлечь побольше участников к рекламе вашего продукта. В ней девушкам предложили позировать для Playboy прямо перед веб-камерами из собственного дома. Что тут началось — узнаете, прочитав описание ниже.

Задача кампании

Если бы не было женщин, мужчины не стали бы покупать журнал Playboy — им просто не на кого было бы там смотреть. Целью данной кампании было пригласить самых красивых женщин Аргентины поучаствовать в кастинге и, возможно, стать моделями журнала.

Креативное решение

Свою заявку на участие в кастинге могла подать любая женщина в стране. Таким образом, журнал даже сэкономил — во-первых, он не стал искать девушек за границей и тратить на путешествия и организацию процесса, а во-вторых, активность женщин, которые начали подавать заявки, подогрела интерес местной прессы, которая написала и рассказала о необычно организованном кастинге.

В чем была необычность этого кастинга: девушкам не нужно было куда ехать. Они могли находиться в любой части Аргентины, а для участия им нужен был Интернет и веб-камера. Они заходили на сайт castingplayboy.com, включали камеру, и их уже ждал профессиональный фотограф Playboy. Он делал фото девушки, и они тут же появлялись на экране. Затем сама участница могла выбрать наиболее удачные, разместить их в виртуальном портфолио и сохранить на сайте. А зарегистрированные посетители сайта могли голосовать за наиболее привлекательные фото.

Для привлечения внимания использовались все возможные каналы: ролики, принты, но главное — рассылка приглашений в социальных ресурсах. 15 000 девушкам через facebook выслали сообщение с информацией о кастинге и предложением участвовать.

В итоге счастье появиться на обложке журнала досталось Коти Йарии, студентке университета из небольшого провинциального городка. Впервые за всю историю журнала люди могли посмотреть вживую, как делается сама фотография, поскольку весь процесс фотосессии был также записан на веб-камеру.



02 > В кастинге приняли участие 1650 девушек, и одна из них оказалась на обложке Playboy

Результаты

- В кастинге поучаствовали 1650 девушек, а на сайте зарегистрировались 125 000 мужчин, которые готовы были просмотреть фотографии и отметить наиболее привлекательных моделей. В итоге 63 девушки вышли в шорт-лист, и из них уже выбрали победительницу.
- Благодаря такому огромному интересу Playboy смог увеличить свою информационную базу о покупателях на 45%.
- Поскольку кампания оказалась невероятно экономной и прибыльной, такую практику кастинга хотят внедрить и в других странах, где есть представительство Playboy.

Ключ к идее



Суть идеи: конкурс-кастинг на самую красивую модель — для обложки журнала, упаковки продукта, рекламного плаката. Эту идею можно применить для многих случаев.

Заманчиво, что никуда ходить не надо, — современный Интернет позволяет превратить процесс в интерактивную игру: девушка позировала перед камерой, раздевалась, фотограф ее подбадривал, и в итоге они получали «живые» снимки. Причем, скорее всего, девушки чувствовали себя намного раскрепощеннее дома, чем в студии, где обычно много народу, мешающего сосредоточиться на процессе.

Источники идеи: онлайн-конкурсы, когда люди присылают свои фотографии или фотографии своих питомцев, машин, домов — чего угодно, а другие люди за них голосуют. Кастинги, которые проходят для моделей и актеров. И наконец, использование веб-камер — все современные ноутбуки продаются со встроенными веб-камерами, мы привыкли общаться по скайпу и видеть друг друга, а также быстро себя фотографировать и отправлять друзьям.

Эксгибиционизм (желание выставлять себя напоказ) — растущий тренд современности. И в России тоже. Еще в начале 2000-х магазины «Рив Гош» проводили кастинг на «лицо бренда» в своих салонах — девушек раскрашивал профессиональный стилист, фотограф делал снимки. Акция собирала толпы желающих!

Тренировочные вопросы:

1. Какой конкурс с участием лица или тела вашего потребителя вы можете провести для своего бренда?
2. Каким образом использовать в нем новые технологии, доступные уже достаточному количеству людей, — SMS, Skype, социальные сети, видеозвонки.
3. После того как у вас получилось совместить конкурс и технологии, добавьте в него остроты! Playboy этого делать не пришлось — специфика журнала и так предполагала, что девушки перед камерой начнут обнажаться, а это привлечет внимание в любом случае. ®

