

Связанные одной целью: искусство делать подарки



Александр Ишуков,
арт-директор
агентства Great
(Санкт-Петербург)

Что такое креативный календарь или креативный подарок, знают все. К услугам тех, кто все-таки не знает, целый Интернет. Но для начала беседы отметим, что, по нашему мнению, креативные календари и подарки помимо подарочной ценности являются инструментами маркетинга. Поэтому у них есть отличие от «просто календарей и подарков» — это заявленная связь между дарящимся предметом и бизнесом заказчика.

Слово «заявленная» в данном случае важнее, чем слово «связь». Ведь именно в способе, характере и тоне этого заявления таится искомая креативная составляющая. Говоря простым языком, мало того что получателю должно быть понятно, почему ему дарят именно такой календарь и именно этот подарок, очень важна еще и эмоциональная реакция. Собственно, этим мы у себя в студии и занимаемся — созданием впечатлений.



01–04 > «Аскон» — разработчик и интегратор решений для автоматизации инженерной деятельности и управления производством. Вот такой поклон футуристическим плакатам прошлого

05–08 > Календарь в похожей на первый пример стилистике, только с добавлением агитации. Для компании «Дека», производителя кваса «Никола»

Откровенно говоря, сложно составить инструкцию, которая даст возможность «креативом жечь сердца людей», но можно рассказать, как родилась идея. Нам кажется, это может быть полезно и для других. Попробуем вспомнить.

«Аскон» и мир будущего

Компания «Аскон» — разработчик и интегратор решений для автоматизации инженерной деятельности и управления производством. Что это такое, мы до сих пор до конца не понимаем. Но мы знаем — за этим будущее! С будущего все и началось: один участник креативной команды вспомнил, что календарные сетки имеют свойство повторяться через определенное количество лет, другой придумал фразу «Летайте звездолетами „Астрофлота!“». Так появились робот-губернатор, прогулки по

рекам и каналам Марса, квартиры в параллельном мире и т. д. Стилистика календаря — поклон футуристическим плакатам прошлого.

Химия или жизнь?

Компания «Дека», производитель кваса «Никола», противопоставляет его разнообразной зарубежной газированной химии. Собственно, «Квас не кола — пей „Никола“!»! В общем, «удар по условному противнику», говоря языком военных. Поиски внятной идеи противопоставления привели нас к советским антиалкогольным плакатам. Заметив, что в них противник тоже обозначался достаточно условно — бутылкой, нам осталось только подменить условную водку условной колой. Старая шутка над журналом «Химия и жизнь» дополнила коллекцию.



01–04 > Давно хотелось надеть на календарь тельняшку — вот случай и представился. Хорошая интерактивная идея. С календарями мало кто так играет



Морская душа

Честно говоря, давно хотелось надеть на календарь тельняшку. Вот и представился случай, заказчик — компания «Морской порт Санкт-Петербург». Вспомнилось, что каждый выпускной курс Военно-морско-

го училища им. Фрунзе шьет и надевает тельняшку на памятник адмиралу Кузеньштерну. Он стоит напротив училища. С одной стороны, нам очень нравится эта трогательная традиция, с другой — Санкт-Петербург — морской город и памятников в нем хватает. Устоять было невозможно.

05 > Детские забавы хорошо подходят и для взрослых. В календаре — 3D-пазл для собирания корабля. Клиентам было очень интересно проверить свои способности

06–07 > Главное — правильно подобрать ассоциации, и даже некреативный на первый взгляд сувенир станет интересным



Плывет, плывет кораблик

Обращайте внимание на то, что теперь продают в магазинах, — там бывают интересные технические решения. Вот это называется 3D-пазл. Весьма популярное детское развлечение, и мы придумали календарь с разборным корабликом, фактически он перестал быть справочным материалом, а стал подарком, над которым человек еще и поработать должен. Нам рассказывали, что клиенты собирали календарь на скорость, как автомат Калашникова.

USB-порт SPB

В беседах о подарках флеш-карта обычно служит примером абсолютной некреативности. Наряду с авторучками, ежедневниками и визитницами. Беремся утверждать, что это не так. Нам просто пришлось обратить внимание на то, что разъем для USB-устройств тоже называется «порт». Потом на помощь пришла опять же тельняшка.



01 >



01–02 > Алкогольные напитки — всегда популярные подарки. Просто найдите свою логику — Veber-Vetonit производит сухие строительные смеси

02 >



Держи ровно

Нет ничего более приятного для креативной работы, чем спиртное! Тут мы можем смело утверждать, что этот вид подарка не подходит только для детей. Главное —

найти свою логику. Например: компания Veber-Vetonit производит сухие строительные смеси, один из инструментов их нанесения — полутерок, смысл процесса — чтобы стало ровно, за ручку надо держать, 0,7 — вполне достаточная доза для веселья.



03 > Isover утепляет дома. А как утеплить человека? Горчичники в подарок — результат цепочки рассуждений о свойствах товара
04–07 > Очень милые вещи, которые хочется иметь дома. Смысл концепции — интеллектуальное лидерство компании Isover

Средство индивидуального утепления

Промосуvenir. Компания Isover — мировой лидер в производстве минераловатной изоляции, то есть занимается теплом, а точнее, утеплением. Как утеплить дом — понятно, а как утеплить отдельно взятого человека? Вы скажете: шарфики, рейтузы, водка наконец. В принципе, все правильно, но горчичник, во-первых, просто похож на материал Isover и, во-вторых, значительно креативнее. Труднее всего было найти такое количество горчичников.

Умные подарки

Пример концептуального набора с задачей, поставленной клиентом, а именно: разработка серии подарков в рамках стратегии «Удобство продуманных решений». Смысл концепции — интеллектуальное лидерство компании Isover в разработке и производстве высокотехнологичных продуктов. Взяв за основу ключевое слово — «ум» и, как следствие, «мозг», мы получили множество решений: от «умной ручки, которая пишет только то, что вы хотите», до светильника «включи мозги».

01 >



01–02 > Пара кокосовых орехов в коробке будоражила наше воображение довольно давно — подарок ко Дню защитника Отечества

02 >



Кинг-Конг жив!

Подарок для любимых клиентов и друзей компании Great ко Дню защитника Отечества. Естественно, для мужчин. Как говорится: солдатом можешь ты не быть, а

вот мужчиною — обязан. Пара кокосовых орехов в коробке будоражила наше воображение довольно давно. Копирайт нашелся во время планового просмотра коллекции киноплакатов. Наверное, это называется «сила слова».



03 > Кавалеры в старину пили из дамской туфельки? Калоша с водкой — очень русская тема!

Absolut Great — абсолютно великолепно

Решив внести свою скромную лепту в копилку известности замечательного бренда, мы предложили нашим друзьям и клиентам водку Absolut в коллекционной упаковке. Почему именно галоша? Офис Great находится на территории бывшего завода «Красный треугольник». Вспомните, что на нем производилось. К тому же это очень по-русски, разве нет?

Итак, как придумать подарок, связанный с брендом?

Вот список подходов, которые можно взять на вооружение. Придумайте свои идеи, пока свежи в памяти впечатления от статьи, — сделайте креативный задел к ближайшим праздникам.

1. Вычленили из брифа понятный всем концепт или тему. Для «Аскона» это было «будущее». А теперь играйте с будущим словесно и визуально — проявляйте фантазию!
2. Если клиент противопоставляет себя остальным брендам, используйте стилистику агитационных плакатов. Боритесь за правое дело, как квас «Никола».
3. Добавьте в календарь сувенир. Можно тельняшку, садовые ножницы или резиновые перчатки — найдите предмет, который свяжет календарь с брендом. Самый простой предмет становится интересным, если добавить к нему смысл. Так поступил «Морской порт».
4. Используйте идеи детских товаров для развития мышления. Найдите массу интересного! Взрослые тоже любят играть, а потом — у них есть дети.
5. Посмотрите на стандартные сувениры по-новому. Какие ассоциации они вызывают, с чем сочетаются? Флеш-накопитель, USB-порт, карта памяти... Тут и судоходство, и медицина, и транспортно-складские услуги. Но возможно что-то еще!
6. Ищите логику. Какие правила нужно соблюдать, чтобы максимально использовать свойства товара? Например, наносить ровно — вот и идея для упаковки бутылки виски: полутерок, то есть доска с ручкой. Как раз для компании Veber-Vetonit, которая производит сухие строительные смеси.
7. Помните, что алкоголь — один из лучших сувениров. Придумайте дополнение к этому приятному, но банальному подарку — оно должно быть неожиданным. Привязка галоши и Absolut — еще один тому пример.
8. Создайте цепочку рассуждений. Перейдите от свойств товара на человека — на его физическое устройство, части тела. Не смущайтесь! И тут же родится море идей.
9. Сделайте серию нужных в хозяйстве вещей, но с забавными фразами. Isover преуспел со своими подушками, авто-ручками и горчицами. Слово способно творить с предметами чудеса.
10. Не забывайте: юмор — лучший способ привлечь на себя внимание. Наверняка у вас есть смешные и смелые идеи, которые вы давно хотите реализовать. Вперед, как раз самое время! ®