

# NISSAN X-TRAIL: СИЛА ИНТЕГРАЦИИ



**Ольга Гусева,**  
эксперт в области  
маркетинга и рекламы,  
постоянный автор  
журнала. Контакт:  
[olga.guseva@tourideas.ru](mailto:olga.guseva@tourideas.ru)

**02 >** Стильная машина, суровое горное бездорожье, а затем заснеженный лес... В критической ситуации каждый раз из колес выскакивают космические роботособачки и аккуратно возвращают машину на дорогу. Работа агентства TBWA, ролик снят в Канаде студией Spy Films. Особого внимания заслуживает саунд-дизайн от Adelphoi Music (Лондон). YouTube: [Adelphoi Nissan Xtrail Transformation, Nissan X-Trail 2011, полная версия](#)



Два слова о том, как самая обычная реклама, не занимавшая призовых мест на фестивалях и не отмеченная экспертами за особую яркость или креативность, может оказаться исключительно эффективной, если она является частью интегрированной маркетинговой кампании.

## Роботособачки

Возможно, вам запомнился рекламный ролик Nissan X-trail, который летом и осенью шел по центральным каналам телевидения. Стильная машина, суровое горное бездорожье, а затем заснеженный лес... В критической ситуации каждый раз из колес выскакивают космические роботособачки и аккуратно возвращают машину на дорогу.

Приятный, добротный ролик, но, по сути, в нем нет ничего особенного — просто удачная визуализация технического совершенства машины. Однако что происходит дальше в медийном пространстве?

## Круговая поддержка

Эту рекламу поддерживает реклама на радио. Окрашенный сочными эмоциями, ролик буквально пересказывает содержание телевизионной рекламы: «Бездорожье? Снежные равнины?» Перед глазами невольно встает увиденная однажды картинка. Завершение ролика опять же в лучших законах жанра: «Этой осенью Nissan X-trail всего за 990 тысяч рублей». Ролик отлично вязался с осенней непогодой за окном, грядущей зимой и осенним повышением спроса.

В то же время Интернет моргал баннерами Nissan finance «Всего 4,9% годовых» — удачный выбор канала, чтобы подробно рассказать про льготную программу кредитования. Весть о специальной цене растажили по Рунету дилеры.

И наконец, последний аккорд, пожалуй, самый простой и мощный — в дилерском центре продавцы, показывая машину, говорят про систему динамической стабилизации и напоминают: «Видели, наверное, рекламу, когда собачки выскакивают».

Круг замыкается, реклама всплывает в голове, а за ней цепляется радиоролик и интернет-баннеры — продавцу остается только напомнить про цену и условия кредитования и подписать контракт!

Не креатив и не визуальный ряд, а слаженная работа всех участников процесса от производителя до продавца в дилерском салоне — вот главное условие эффективности этой рекламы.

## Статистика

Как сообщили AUTO.RU в пресс-службе компании «Ниссан Мотор Рус», в декабре 2010 года на российском рынке было продано 10 323 автомобиля Nissan и 575 автомобилей Infiniti.

Рост по сравнению с декабрем 2009 года составил 108% и 41% соответственно. Показатель продаж марки Nissan в декабре стал рекордным за весь 2010 год, отмечают в компании.

Интегрированный маркетинг действительно работает! ®