



▲ Апельсин — хороший медианоситель!

Avon: апельсиновая кожа — рекламодатель

Клиент: Avon Cosmetics Belgrade

Агентство: NEW MOMENT NEW IDEAS COMPANY

Приз: «Бронзовая Ника» в категории Media Awards

Апельсин во всех отношениях фрукт правильный — вкусный и, главное, полезный! К тому же он ярко-оранжевого цвета и круглой формы, что привлекает к нему внимание. Но в этой рекламной кампании рекламисты использовали неприятное свойство апельсина — его корка напоминает о целлюлите.



▲ Позвонив в колл-центр, можно было заказать желанный тюбик антицеллюлитного крема

Маркетинговая ситуация

Косметическая фирма Avon обычно распространяет свою продукцию через частных дистрибьютеров. В магазинах ее кремы и помады найти трудно. Кроме того, Avon предлагает услугу телефонных покупок в любое удобное время. Это означает, что вы звоните в колл-центр откуда угодно — из ванной, кафе или просто с улицы — и заказываете шампунь или помаду.

Весной 2004 года Avon решила провести рекламную кампанию по продвижению антицеллюлитного крема CelluSculpt в Белграде. Целью кампании было повышение его продаж. Однако средств на классические медиа — ТВ, наружку и даже радио — не хватало. Перед агентством New Moment New Ideas Company была поставлена задача придумать оригинальный и дешевый рекламодатель.

Креативная стратегия

Для того чтобы придумать эту рекламу, рекламистам надо было всего лишь задуматься над тем, что такое целлюлит и на что он похож.

Цитируем по одному из профильных российских сайтов: «Целлюлит — это специфическое для женщин изменение жировой ткани, входящей в состав кожи, которое проявляется появлением мелкобугристой поверхности кожи. Говоря более простым языком, целлюлит проявляется в виде апельсиновой корки». Как видите, идея рекламы лежит на поверхности — все знают, что кожа, страдающая целлюлитом, напоминает апельсиновую кожуру.

Но заслугой крейторов стало то, что они использовали расхожую метафору нестандартно — сам апельсин превратили в рекламодатель.

В ночь перед началом кампании команда агентства New Moment раздала наклейки всем поставщикам апельсинов в Белграде, а они наклеили их на фрукты. На стикере было написано: «AVON. Антицеллюлитный крем CelluSculpt», а дальше — телефон колл-центра, позвонив куда можно было заказать желанный тюбик.

Утром 3 марта 2004 года огромное количество апельсинов, продаваемых в Белграде, было усеяно белыми наклейками. Это несомненно привлекло покупателей, особенно женщин, которые обычно изучают фрукты перед тем, как купить. Апельсины с наклейками были распроданы за два дня, а сама акция бурно обсуждалась в прессе.

Результаты

PR-резонанс был очень сильным: в основных печатных СМИ вышли статьи и фотографии про необычную акцию. По словам Мирославы Марьянович, PR-менеджера Avon Cosmetics в Сербии, в результате проведенной акции продажи крема CelluSculpt значительно увеличились. ■



▲ Радостная реакция покупательниц!