



Удивительные приключения Боба и Дейва, послов Budweiser Budvar, в Чешской Республике

Агентство: Kaspem, Чехия

Клиент: Budweiser Budvar

Финалист Golden Watch 2005

Два фаната всего чешского из Англии, Боб и Дейв, так активно боролись за пиво Budweiser Budvar, что оно вышло на первое место как самый любимый бренд чехов. Но делали они это не навязчиво, а с большим юмором и самоотдачей. Так что целевая аудитория даже заявила, что у них «самая лучшая реклама».

Маркетинговая ситуация

Пиво уже давно стало неотъемлемой частью имиджа Чехии. И когда люди отправляются в эту страну, на одном из первых мест стоит желание попробовать настоящее чешское пиво. Да и сами чехи становятся яростными патриотами, как только дело доходит до пива.

Однако Budweiser Budvar повезло в меньшей степени, чем другим чешским маркам. Чехи, конечно, признают его как высококачественный продукт. Но, несмотря на то что слово «будвайзер» известно во всем мире, привязанность к марке Budweiser Budvar в самой Чехии очень низкая.

Основной целью рекламной кампании стало желание рассказать о бренде как можно более эмоционально, апеллировать к чувствам целевой аудитории и заставить людей говорить о нем. Для этого марка должна была воодушевиться патриотизмом, стать гордостью Чехии. Сделать это в лоб невозможно — все тропинки «истоптаны» конкурентами. Так была придумана оригинальная коммуникационная концепция: два героя-англичанина, два безумных адепта чешского пива, рассказывают о Чехии.

Креативная и медиастратегия

Во-первых, надо было объявить самим чехам (нации, которая считает себя пивным экспертом от природы), что они просмотрели свое самое лучшее пиво. А именно Budweiser Budvar. Ведь благодаря этому имени иностранцы считают, что Чехия — это рай на земле, и страшно этому завидуют.

Героями серии роликов стали два закадычных друга-англичанина: умный Дейв и тупой Боб. Дейв с первого глотка Budvar понял, что это прекрасное пиво и что он обожает его. Он решает, что страна, где варят такой прекрасный напиток, — настоящий рай. И со своим другом Бобом решает продвигать эту марку всеми возможными способами.

Основным медиа, которое должно было познакомить зрителей с персонажами и их характерами, выбрали телевизор и кино.

Два безумных агента

Чехия — рай



▲ BudBoys по-чешски: Боб и Дейв, которые полюбили Чехию благодаря пиву Budweiser Budvar



▲ На сайте www.Bob-Dave.cz можно даже скачать наклейку на паспорт (в виде PDF) и приклеить ее на обложку своего британского паспорта. Конечно, если вы фанат Budweiser Budvar!



▲ Друзья взбегают на вышку पहले всех и прыгивают в бассейн бомбочками, не выпуская пивных бутылок из рук. — вот как делают в Чехии!

Надо было сделать героев как можно более реальными, поэтому в Интернете был создан личный сайт двух друзей: www.Bob-Dave.cz, где можно познакомиться с ними, узнать интимные стороны их жизни и даже пообщаться. Тут же можно скачать (в виде PDF) наклейку на паспорт и прилепить ее на обложку своего британского паспорта.

Вот как друзья представляются на своей страничке:

«Привет всем, меня зовут Роберт (Боб) Шелдон. Я познакомился с Дейвом на ежегодном пивном фестивале в Кенсингтоне в 2000 году. Он сразу произвел на меня большое впечатление своим прекрасным знанием чешского пива. Я стал вторым почетным членом Чешско-Британского общества ценителей пива. Сейчас мы с Дейвом работаем над тем, чтобы продвигать Чешскую Республику и все ее достижения здесь, в старой доброй Англии.»

Я люблю смотреть спорт, пить пиво (очень) и просто хорошо проводить время. Кстати, я еще не женат, и я уверен, что моя будущая жена ждет меня в Чехии. Итак, леги, я надеюсь на ваши предложения руки и сердца по почте. Удачи!»

Дейв же представил себя так: *«Мои дорогие чешские друзья, меня зовут Дейв Гидденс, я почетный председатель Чешско-Британского общества ценителей пива, которое я сам основал около пяти лет назад, когда я выпил первую бутылочку пива Budweiser Budvar. Мое хобби — это все, что связано с Чехией, начиная с моих любимых карпов и заканчивая не менее любимыми супермоделями. Это самая прекрасная страна на свете, которая дала миру такое пиво. Оно очаровало меня и моего лучшего друга. И я очень надеюсь, что мы скоро сможем посетить ее сами.»*

Некоторые послания, адресованные Bob&Dave в интернетной гостевой книге, очень трогательные:

«Вы мне очень нравитесь, и мне нравится ваша реклама. И я должен заметить, что у чехов действительно золотые руки»;

«Я никогда не видел лучшей пропаганды. Просто продолжайте»;

«Боб и Дейв, мне супер нравится ваша реклама, и я люблю НАСТОЯЩИЙ Budweiser. Чешское пиво впереди всех!»

В ходе кампании было снято множество разных роликов. Все они были, естественно, на английском языке и с чешскими субтитрами. Тема оставалась неизменной — прекрасная Чехия. Чем больше Боб и Дейв исследуют эту маленькую страну, тем больше они открывают для себя интересного. И хотят рассказать об этом зрителям. Все, что они открывают, конечно, преувеличено, но это происходит оттого, что у них повышенный энтузиазм.

Пришла весна 2005 года, а с ней Всемирный хоккейный чемпионат в Вене. Благодаря тому, что Budvar спонсировал чешскую национальную команду, Bob&Dave открыли для себя хоккей. Они также поняли, что чешские спортсмены одни из самых сильных, и мгновенно стали их самыми приверженными фанатами. Поэтому во время чемпионата они вскакивали при исполнении чешского гимна и страшно за них болели, чем вызывали непонимание со стороны остальных зрителей. На эту тему было снято два ролика — «Гимн» и «Чехи, вперед!».

Вскоре Боб и Дейв начинают учить чешский язык. В итоге они выучивают главное слово: *«Тиволи!»* — так чехи выражают свое одобрение. Поэтому два друга располагаются на скамеечке в холле и начинают восхищаться проходящими девушками, восклицая время от времени: *«Тиволи!»*

Кроме телевидения и сайта в Интернете были использованы и другие средства коммуникации: футболки с изображениями Боба и Дейва, CD с их любимой музыкой, вирусная реклама в Интернете (ролики про похождения Боба и Дейва чехи охотно пересылали друг другу), интервью в популярных журналах. Ведь своими нестандартными для англичан пристрастиями герои заинтересовали многие гляцевые журналы. Интервью с ними вышло даже в Maxim, также они появились на обложке Time In.

Вскоре Боб и Дейв зарекомендовали себя и как hip-hop звезды, спев песенку на чешском языке, рассказав о том, что все чехи — великие музыканты. Летом они плавали в бассейне, конечно не выпуская из рук свое любимое пиво... и девушек в купальниках.

А в скором будущем планируется долгожданный приезд Боба и Дейва в Прагу и грандиозная вечеринка по этому поводу. Так что продолжение следует...

Результаты

В кампании с героями Bob&Dave коммуникация вышла за пределы классической рекламы: они стали частью чешской народной культуры. Кроме того, что они активно восхищались чешскими девушками и хоккеистами, они действительно продвинули пиво Budweiser Budvar. Бывший отстающий оказался на первом месте как марка, рекламу которой любят больше всего в пивной категории и за ее пределами.

Немного о себе

«ТИВОЛИ!»



▲ «Чехи — очень музыкальный народ. Играют на всем, что попадется под руку. Как Паганини», — хвалит Дейв. А на заднем плане что-то брэнчат артисты



▲ Боб и Дейв болеют за чешскую хоккейную команду и повсюду ходят в спортивной форме игроков. В кафе им удалось поймать трансляцию игры, когда как раз звучит чешский гимн. Они тоже вскакивают, затыкают соседей и благоговейно, прижав руку к сердцу, хлещут пиво



▲ Чехия — это настоящий рай, и все девушки тут супермодели. Загорающий Дейв произносит восторженную речь, многократно используя слово fucking. «YEAAAAN!» — таким восклицанием заканчивается каждый ролик заядлых пивоманов



▲ Боб и Дейв стали фанатами чешской хоккейной команды, они носят их форму и активно подбадривают игроков



▲ «Тиволи!» — восклицание одобрения по-чешски. Так Боб и Дейв комментируют формы проходящих девушек



▲ На паспортном контроле Боб и Дейв заявляют, что они чешские послы. При этом они нахально пьют пиво. А на их паспортах наклеен чешский флаг