



Олег ПАРАЛЮШ (Москва), директор по стратегическому планированию рекламного агентства «Приор»

Как Kraft Foods «ДОГОВОРИЛСЯ» С НАСТОЯЩИМИ ЭКСПЕРТАМИ ПО МОЛОЧНЫМ ПРОДУКТАМ

Олег Паралюш комментирует рекламную кампанию сыра Kraft Foods

Рекламу не любят потому, что не понимают. И ещё потому, что не верят. Купленные «celebrity», псевдоврачи, говорящие головы домохозяек и прочие «аргументы» не способствуют доверию к рекламе в целом. Kraft нашёл уникальную референтную группу для потребителей молочных продуктов — самих коров. В чём особенность этого милого рекламного ролика? Коровы выступают не просто источником сырья, а экспертами!

Я нашёл шесть моментов, которые в сумме гарантируют работоспособность этой кампании.

Ролик держит внимание. Хочется посмотреть всю историю. А потом рассмотреть детали. Милые герои. Модная стилистика 3D-персонажей. Развивающаяся необычная история. Нет давления продукта. Всё это ради одного простого действия аудитории — посмотреть. Завоеванное внимание и интерес — половина успеха в рекламе.

Понятна суть. Плавленый сыр с кальцием. Для детей. Где взять кальций? В молоке! А кто у нас отвечает за молоко? Коровы.

Многие яркие ролики пусты и не содержат никакого предложения покупателю. В данном случае с содержанием всё очень хорошо.

Изображение поддерживает основное сообщение. Существует простой способ проверить, куда пошли деньги: на ТВ-ролик или просто на ТВ оплачен показ радиоролика. Посмотрите его без звука. Коровы доставляют сыр, насыщенный кальцием, прямо на стол детишкам. Среди множества «радиороликов» на ТВ наглядная история про особенность продукта является редкостью. При этом смотрится с удовольствием. И с пользой для рекламодателя.

Коровы-курьеры вызывают доверие. У мам и детей. Лучше коров никто не разбирается в качестве молочных продуктов. Но этого мало! Удивительный приём — не производство, а доставка. Ключевое слово сюжета. Как только находится подобное слово, творить и придумывать историю становится проще. Очень приятно, когда что-то вкусненькое тебе доставляют прямо на стол!

Жизнь за кадром. Богатая почва для ВТЛ-активности — сувениры, игры, акции. При достаточном медиавесе можно «узурпировать» изображение коровы-специалиста.

Хочется продолжения истории. Это означает, что внимание к возможным новым сериям про авторитет коров в выборе молочных продуктов уже гарантировано.

Удивительный рекламный мультфильм. На радость детям, мамам и, хочется верить, рекламодателю. Что же ещё придумают коровы?

► У коров появилась новая миссия — доставить сыр Kraft детям, поскольку в этом сыре столько кальция, сколько в целом стакане молока. Веселые коровы тут же принимаются за дело: садятся на мотоцикл и доставляют сыр прямо к столу. «Ох уж эти коровы, что они придумают в следующий раз?» — спрашивает голос за кадром. Работа JWT (Лондон) / Ark Thompson (Москва)



P. S. Свежая идея непременно вызовет желание скопировать её либо показанных персонажей — в этом минус данного ролика. Подражатели уже доказывают силу Kraft: Voimix выпустил бурёнку на поле корриды. Смешно, вторично и совсем не убедительно. Что-то про «страсть». Только при чём тут корова и молочные продукты?! ■