

# REFLEX: турне по всей стране

**Рекламодатель:** журнал Reflex,  
издательский дом Ringier  
**Агентство:** Bison&Rose  
**Финалист** конкурса EFFIE, Чехия, 2005

Журнал REFLEX заметил, что рост количества подписчиков замедлился. Как увеличить информированность об издании и поднять продажи? REFLEX устроил презентации своего журнала во всех райцентрах Чехии.

## Маркетинговая ситуация

С начала 2004 года агентство Bison & Rose оказывало услуги журналам издательского дома Ringier. В рамках этого сотрудничества решено было «освежить» имидж журнала Reflex — популярного издания, посвящённого культурной жизни. Проблема состояла в том, что журнал довольно долго не менялся. Всё было вроде бы хорошо, но рост количества подписчиков замедлился, наступила стагнация, и, чтобы избежать спада, Reflex решил как следует напомнить читателю о себе.

На самом деле подобные маркетинговые задачи зачастую являются самыми сложными, ведь они требуют не резких перемен и гениальных решений, а осторожного акцента на том хорошем, что уже есть в продукте. При этом важно не переборщить и не сломать существующее позитивное восприятие бренда. С такой серьёзной задачей руководство компании обратилось в рекламное агентство.

## Креативная и медиастратегия

Нарисовав несколько эскизов, агентство выбрало лучший и взяло его за основу. Дизайн журнала сразу стал более строгим и ярким. Никаких плавных линий, пестроты и маленьких картинок — вместо этого появились крупные заголовки, а фирменные «иксы» на обложках стали ещё заметнее и отчётливее. Эти элементы широко использовались в самой кампании — множество красных «иксов» украшало стенды выставок и улицы городов во время проведения акций. Таким образом, рекламисты первым делом позаботились об узнаваемом identity.

Далее, вместе с еженедельником REFLEX агентство подготовило проект празднования 15-летия журнала: серию тематических выставок («REFLEX и кино», «REFLEX — секс и табу», «Места, где побывал REFLEX», «REFLEX и смешное») во всех районных центрах Чехии. Обязательно показывались интересные фильмы, устраивались концерты, встречи с авторами журнала и всяческими знаменитостями — в общем, было чем привлечь публику.

Каждая выставка сопровождала какую-нибудь актуальную общественную дискуссию и каждая задолго анонсировалась — на улицах раздавали листки, устраивали акции. Всё это длилось год и завершилось огромной выставкой в Праге весной 2005 года.

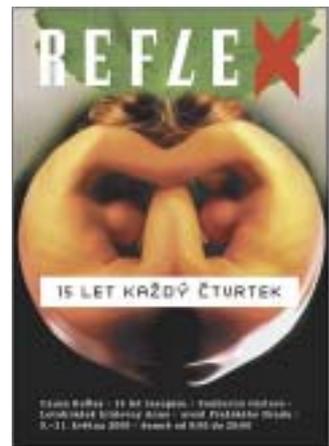
## Результаты

Таким образом, почти ничего не меняя, Reflex подчеркнул и усилил свою идентичность и увеличил информированность и лояльность людей.

Обороты журнала REFLEX выросли на 5% (тираж увеличился на 2753 экземпляра), количество подписчиков увеличилось на 19,3% (дополнительно 1167 экземпляров) по сравнению с предыдущим годом, а впоследствии журнал увеличил разрыв со своим основным конкурентом более чем в два с половиной раза. ■



▲ Большие красные «иксы», использованные в оформлении стендов на выставках, посвящённых пятнадцатилетию журналов Reflex, надолго запомнились жителям всех чешских райцентров



▲ Обложки журнала Reflex — вполне традиционные для журналов, посвящённых искусству и «культурной жизни». В них нет ничего особенного, но тем не менее они однозначно запомнятся и ассоциируются с журналом