

Supersal: маловато будет

Агентство: Gitam/BBDO

Клиент: мегамаркеты Supersal

Финалист Golden Watch 2005

В рекламе мегамаркетов Supersal к низким ценам подходят с количественной стороны: за свои деньги вы сможете купить столько, что будет просто не унести!

Задачи

Это очень-очень простая, но милая кампания, сделанная GITAM/BBDO для дешёвых израильских супермаркетов Supersal. Это на самом деле уже даже и не супермаркеты, а, что называется, «мегамаркеты» — огромные оптовые склады-ангары, куда приезжают самые многосемейные и экономные покупатели с самым большим багажником. За покупку трёх мешков порошка там даётся оптовая скидка.

Однако — важный момент! — слово «дёшево» в рекламе звучать не должно. Даже в рекламе дискаунтеров. Ну а раз нельзя «дёшево», мы будем говорить «много»! Слоган кампании: «Получи больше за свои деньги».

Креативная и медиастратегия

Дама стоит в лифте (нам видно только верхнюю часть её туловища). Нажимает на кнопку. Двери закрываются, но... тут же открываются, и загорается надпись: «Перегрузка!» Тут надо видеть выражение её лица. Она шокирована, смущена и возмущена одновременно. Она нажимает на кнопку ещё раз. Опять перегрузка! Тут камера отъезжает подальше, и мы видим, что дама стоит в лифте буквально по пояс в пластиковых пакетах и бутылках с кондиционерами для белья. Да! Вот это объёмы!!!

В другом ролике картина совсем уж устрашающая.

Дама стоит на парковке перед своим багажником. Она вытаскивает из него маленький трёхколёсный велосипед. Затем с усилием выкидывает на асфальт запасное колесо. Потом, поднатужившись, выволакивает заднее сиденье. Камера отъезжает, и мы обнаруживаем, что на полянке перед парковкой стоит безумное количество мешков с продуктами и вдобавок подюжины тележек. А дама начинает быстро-быстро загружать их в свою машину.

Ну а на билборде была изображена перегруженная тележка, «перетянувшая» угол билборда вниз. Рекламный носитель, висящий неровно, всегда привлекает внимание, а уж когда есть такая веская причина — тем более. Наглядность работает, даже если реклама сделана просто. По словам агентства Gitam/BBDO, кампания была довольно успешной и полностью выполнила свою задачу. ■

Не дешево, а много

Перегруз!

► Дама вытаскивает из машины всё, что только можно, чтобы загрузить туда безумное количество мешков с продуктами, купленными в супермаркете Supersal





◀ Перегруженная тележка с продуктами из супермаркета Supersal перетянула угол билборда вниз. Рекламный носитель, висевший неровно, всегда привлекает внимание, а уж когда есть такая веская причина — тем более



◀ Дама нажимает на кнопку лифта. Двери закрываются, но... тут же открываются, и загорается надпись: «Перегрузка!» Оказывается, дама стоит в лифте буквально по пояс в пакетах и бутылках с кондиционерами для белья. Супермаркеты Supersal: получи больше за свои деньги!

