

Heyah: ОДИННАДЦАТИПАЛЫЙ ДЖОННИ



Финалист конкурса рекламных кампаний Golden Watch 2006
Агентство G7 Варшава

Фирменный символ мобильного оператора Heyah — красная мультяшная ладошка, которая как бы приветствует вас: «Хей!» Удачная находка — гораздо лучше, чем яйцо МТС. Лучше, потому что с ней можно играть практически бесконечно. Ладошка уже помогла оператору быстро выйти на польский рынок и вот теперь стала основой новой рекламной кампании бренда.

Мобильный оператор Heyah предложил новую фишку: к каждой новой сумме, которую вы кладете на свой телефонный счет, он добавляет от себя еще 10%. Но получить такое прибавление к платежам можно, только если вы вступаете в клуб Heyah Club.

Основная цель кампании — продемонстрировать преимущество 10-процентной прибавки к платежу. Сделать это надо было самым убедительным и наглядным способом.

К счастью, «нашелся» персонаж, который с самого своего рождения пользовался 10-процентным бонусом, и звали его Джонни-одиннадцатипалый. Это простой парень из польской деревни, который в 50-е годы стал известной американской звездой — самым быстрым пианистом на планете. Понятно, ведь у него на одной руке было шесть пальцев!

Такой персонаж безусловно подходил для Heyah, так как у него был тот же самый логотип — красная ладошка.

Звезда такой величины, как Джонни, нуждалась в соответствующем представлении. И рекламная кампания началась с тизеров. В городе появились постеры со словами: «Скандал!», «Возвращение легенды», «Откровения со сцены», «Из Америки в Польшу».

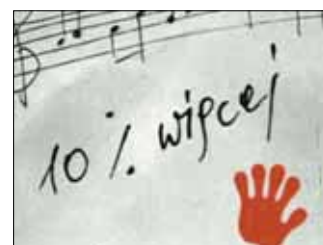
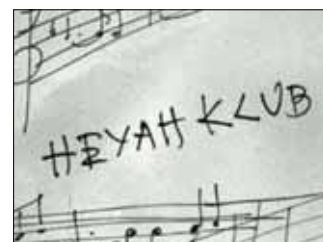
В основной части кампании фанаты могли увидеть обложки старых дисков Джонни, а в прессе прочитать перепечатки статей из газет коммунистического времени, где рассказывалось про жизнь «мегазвезды Джонни».

В основном целевой аудиторией кампании стала молодежь, которую призывали: «Будьте как Джонни 11 пальцев, получайте на 10% больше от жизни». Всю информацию об акции можно было получить на сайте www.heyah.pl или прислав sms с кодовым словом «heyahclub» на номер 6688.

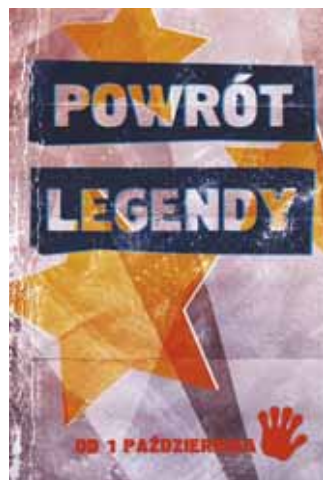
Кампания продолжилась и в Интернете: домашняя страница мобильного оператора полностью превратилась в печатное издание со статьями о Джонни. Если кто-то считал, что Элвис — звезда крупнее и значительнее Джонни, они могли честно выразить свои сомнения на сайте. Там же можно было скачать любимые мелодии Джонни в исполнении музыканта.

Однако самым правдоподобным доказательством существования Джонни стало настоящее документальное кино о его жизни, выпущенное студией 4fun tv. Вот что мы узнали из этого фильма: «Он приплыл в Америку с двумя долларами в кармане, своим талантом и прозвищем. Сначала он играл за ночлег и хлеб. Но никто не играл так быстро, как Джонни-одиннадцатипалый. И вскоре о нем узнали, и он стал любимцем Америки. Одна дама даже сделала себе пластическую операцию и добавила еще один палец. Он был филантропом, эстетом и эрудитом. А на самом деле простым польским парнем. Узнайте все о Джонни, и вы поймете, что дают лишние 10%».

Было также выпущено несколько коротких роликов, где ведущий сообщал интересные факты его биографии: «Говорят, за свою жизнь он потратил 20 тысяч долларов на маникюр», «На его концертах было 40, 50, а иногда и 80 роялей», «Он играл очень быстро, и его прозвали пумой за пианино».



▲ Документальные записи Джонни — гений сочиняет за фортепиано



▲ Рекламная кампания началась с тизеров: «Скандал!», «Возвращение легенды», «Откровения со сцены», «Из Америки в Польшу»



▲ Сайт Neuh полностью превратился в печатное издание со статьями о Джонни. Если кто-то считал, что Элвис значительнее Джонни, мог честно выразить свои сомнения на сайте

▲ Джонни-одиннадцатипалый — простой парень из польской деревни, который в 50-е годы стал американской звездой — самым быстрым пианистом на планете



▲ Телереклама: музыкальный критик говорит, что для каждого концерта Джонни готовили 40, 50, а иногда даже и 80 фортепиано



▲ Это постер документального фильма о жизни Джонни, выпущенного студией 4fun tv



▲ Лого Heyah — находка, с которой можно играть практически бесконечно. В данном случае это готовая идея корпоративного сайта



▲ Пресса не осталась в стороне: в Playboy даже вышел неприличный стишок, посвященный Джонни с одиннадцатью пальцами



▲ Свидетельств о Джонни было так много, что часть публики действительно поверила в его существование



▲ Вот он, знаменитый «Кадиллак» Джонни

▲ Уже готовы и майки для фанатов Джонни

Biuletyn Białostocki
 Imieniny: MAJKA i TOMASZA
 05 Października 1958 r.

JOHNNY 11 PALCÓW: NA KOLANA BOLSZEWIKU! CAŁUJ RĘKĘ GENIUSZA!

Skądś Johnny 11 Palców obrzucił naszego reporterów!
 Pano Johnny! Fakt, że natura obdarzyła Pana dodatkowym, 10% bonusem, nie spełnia Pana do pychy, buty i gburowości, które stały się, co stwierdzam z przykrością, gdyż jestem wielobielcem Pańskiej muzyki, Pańskimi znakami rozpoznawczymi. A tak do Pańskiej wiadomości w naszym kraju słowo „bolszewik” uchodził za komplement.

**ZOBACZ, JAK TO JEST,
 GDY DOSTAJESZ OD ŻYCIA 10% WIĘCEJ.**
 W Biuły Kłuba dostajesz 10% ekstra do każdego dodatkowemu. Zapisy do Kłuba na www.beyah.pl lub SMS-em a treści BeyahClub na nr 8888 0 py brutto. Pasażer lub inne bonusy

Imieniny: Grzegorz i Jolanta
 05 Października 1958 r.

GONIEC KATOWICKI

JOHNNY 11 PALCÓW: ELVIS MOŻE MI CZYSZCZYĆ KLAWISZE!

Nasz rodak, Johnny 11 Palców, jedyny pianista na świecie obdarzony 10% bonusem w postaci dodatkowego palca (mamy wątpliwości, czy akurat jemu powinien przypaść ten wspaniały dar natury), znowu pokazał, że lepiej gada, niż gra.

**ZOBACZ, JAK TO JEST,
 GDY DOSTAJESZ OD ŻYCIA 10% WIĘCEJ.**
 W Biuły Kłuba dostajesz 10% ekstra do każdego dodatkowemu. Zapisy do Kłuba na www.beyah.pl lub SMS-em a treści BeyahClub na nr 8888 0 py brutto. Pasażer lub inne bonusy

▲ Газетная реклама — имитация скандальных газетных публикаций времен коммунистической Польши: «Большевики на коленях целуют руку гения», «Пусть Элвис полирует мне клавиши»



▲ «Будьте как Джонни 11 пальцев, получайте на 10 % больше от жизни»

▲ Открытка на сайте: подставьте свое лицо в фото на газетной «вырезке», посвященной гениальному пианисту, и отошлите своим друзьям»



▲ Остался один палец — возможный финал интернет-игры про одиннадцатипалого Джонни, совсем как в гангстерских фильмах 50-х годов

▲ На сайте также можно было скачать любимые мелодии Джонни

▲ Были опубликованы обложки старых «пластинок» Джонни

► POS-материалы имитировали рекламу фильмов или дисков и были искусственно состарены





◀ Мистифицировать, так по-крупному: информация о знаменитом музыканте в интернет-энциклопедии



Эта достаточно масштабная рекламная кампания позволила в прямом смысле слова оживить Джонни. Он стал не только звездой, но и настоящим историческим персонажем. А потом и культовым музыкантом.

В Интернете стали обсуждаться вопросы о покупке его дисков и скачивании его музыки. О нем появились отзывы в современных изданиях, например в Playboу вышел даже неприличный стишок, посвященный Джонни с одиннадцатью пальцами.

Большинство людей действительно поверили в его существование, даже музыковеды стали сомневаться в том, что это придуманный герой.

В итоге Джонни занял свое законное место в интернет-энциклопедии Wikipedia, правда пока в разделе ненастоящих музыкантов. Количество членов клуба Neuh увеличилось на 650%! А число людей, которые его покидают, уменьшилось в три раза. Что ж, Джонни-одиннадцатипалый выполнил свою работу с блеском.

Ключ к идее

Суть идеи: мистификация — история про звезду (музыканта, киноактера, спортсмена, политика и пр.), наделённую феноменальными качествами. Люди любят знаменитостей, даже если они выдуманные! Важно изначально придумать персонажа так, чтобы он был крепко связан с системой identity бренда (с именем, логотипом, узором или цветом, формой упаковки и т. д.).

Источник идеи: в данной истории это, несомненно, логотип бренда — ладошка. Другой источник идеи — польская мода на ретро, джаз и все американское. Важно, чтобы звезда отвечала моде, но при этом не была совсем уж мейнстримом, то есть не попадала на основную лужайку моды, где уже все «затоптано». Иначе придется дифференцироваться от других звезд! И третий источник — понимание того, что мистификации работают, ведь это далеко не первая реклама такого рода.

Наводящие вопросы:

- Составьте реестр своего brand identity (узнаваемых черт бренда) — что из этих составляющих можно сделать отличительной чертой звездного персонажа? Если нет ярких черт, не отчаивайтесь — подумайте о частичном ребрендинге. Рекламная кампания как раз позволит внедрить в сознание аудитории новую черту бренда. Лучше всего, если это будет простой предметный символ.
- Какая из наиболее популярных профессий (музыкант, киноактер, спортсмен, политик) может логично пересечься с вашим товаром? Не бойтесь показаться странными — как раз такие варианты имеют наибольший потенциал. Кстати, персонаж не обязательно из прошлого — он может быть вполне современным и полным сил. Более того, это может быть еще и не звезда, а персонаж с потенциалом звезды. Придумайте несколько вариантов — еще неизвестно, какой из них вызовет наиболее сильную эмоциональную реакцию публики. Чтобы узнать это, вы можете протестировать концепцию — показать «вырезки» из газет, «плакаты» или просто рассказать о придуманных звездах.
- Если этого еще не произошло, свяжите придуманный персонаж с самой яркой чертой вашего brand identity.
- Какие документы и предметы могут стать свидетельствами существования вашей звезды? Чем больше их будет, тем охотнее верится.

Дополнение: никогда и ни при каких обстоятельствах не отвечайте на прямой вопрос о том, настоящий ваш персонаж или выдуманный. Говорите прямо, что не будете отвечать, что оставляете вопрос без ответа. Это будет правильно и юридически, и психологически — тайна только разжигает интерес!

▲ «Он приплыл в Америку с двумя долларами в кармане, своим талантом и прозвищем. Сначала он играл за ночлег и хлеб. Но никто не играл так быстро, как Джонни-одиннадцатипалый. И вскоре о нем узнали, и он стал любимцем Америки. Одна дама даже сделала себе пластическую операцию и добавила еще один палец. Он был филантропом, эстетом и эрудитом. А на самом деле простым польским парнем. Узнайте все о Джонни, и вы поймете, что дают лишние 10 %»