



Века: желаем вам сладких снов!

Серебряный призер PMC Awards 2006

Клиент: компания Века

Агентство: I DO

Страна: Бельгия

Во время проведения музыкального фестиваля Pukkelpop люди, живущие в домах неподалёку, буквально сходили с ума: им ночи напролет мешала уснуть громкая музыка с улицы. Но компания Века, производитель высококачественных принадлежностей для сна, проявила о них почти материнскую заботу...

Изобретенный рекламный канал оказался простым и очень эффективным.

Маркетинговая ситуация и цели

Компания зарегистрировала резкий спад объема продаж, так как у покупателей сложилось мнение, что товары этой фирмы слишком дорого стоят. В магазины заходило все меньше и меньше клиентов, и перспективы марки были далеко не самые радужные. Оборот уменьшался, а показатели продаж не шли ни в какое сравнение с показателями последних нескольких лет.

Итак, задача № 1 для компании формулировалась предельно просто: вернуть симпатии покупателей и привлечь как можно больше новых клиентов в свой фирменный магазин.

Креативная стратегия

Неизвестно, как поступило бы руководство фирмы в поисках идей для продвижения своей продукции, но подвернулся уникальный случай поправить дела.

Как раз в это время в городе проводился один из музыкальных open-air фестивалей, который сопровождался оглушительной музыкой и шумными молодежными гуляньями, так что добропорядочные граждане были напрочь лишены какой-либо возможности спокойно спать.

Агентство, к которому обратилась фирма, приняло решение мгновенно: представители компании Века пошли в народ, выстраивая непосредственный контакт с потенциальными клиентами. Они обошли каждый из близлежащих к фестивалю домов и всем жителям бесплатно вручили беруши. Если кто не знает — это специальные затычки для ушей. После этого жильцам предлагалось посетить фирменный магазин компании и оценить весь ассортимент продукции.

Жители домов, уставшие от фестиваля, были приятно удивлены, получив от компании в качестве подарка беруши. После этого, как водится, какой-нибудь Даниэль рассказал об этом какой-нибудь Жюли, она — своей подруге и так по цепочке. В таких ситуациях людям сразу же становится интересно: «А что же это за компания, что еще они продают? Так ведь тут их магазин недалеко, пойдём посмотрим!»

Результаты

В самые кратчайшие сроки поток покупателей, посетивших магазин, увеличился на 30%. Остроумная и человеколюбивая акция была подхвачена национальным радио и засветилась в трех газетах национального масштаба.

Плачевное финансовое состояние компании Века было очень быстро исправлено. Затраты на антикризисную программу составили... 769 евро. Из них 500 евро — агентству, 269 евро составила стоимость продукции, которую представители Века подарили потенциальным клиентам. На медиа не было потрачено ни евроцента.

В результате известность магазинов Века поднялась на недостижимые высоты; скорее всего, недалеко от нее расположилась и лояльность.



▲ «Спите хорошо в ближайшие дни. Мы желаем вам мирного и тихого фестиваля». «И приглашаем посетить наши магазины, чтобы так же хорошо спать весь год. Для вас уже приготовлены спальные советы и специальные условия по ценам». Кто бы мог подумать, что два маленьких кусочка синтетической субстанции смогут вызвать столько положительных эмоций и спасти целую фирму!

Ключ к идее

Суть идеи: компания проявила заботу о людях, а это всегда приятно. В подобных делах важна конкретность — мы ценим заботу тогда, когда она кстати.

Источник идеи: полезно постоянно держать нос по ветру!



Наводящие вопросы:

- Посмотрите расписание грядущих культурных событий в вашем городе, районе — нет ли среди них такого, которое можно было бы использовать для рекламной акции?
- Знаете ли вы, что произойдет (или случится) с вашей ЦА в ближайший месяц? Только не берите в расчет Новый год или 8 Марта. Не знаете? Так пойдите и спросите хотя бы несколько человек!
- Какие возможны пересечения данных, полученных при ответе на предыдущие вопросы, со свойствами вашей продукции? Может быть, это тема для отдельного мозгового штурма?



ТЕЛЕФОННЫЙ СПРАВОЧНИК ДЛ «СЕВЕР-ЗАПАДНЫЙ ТЕЛЕКОМ» ПЕТЕРБУРГСКИЙ ФИЛИАЛ

СПРАВОЧНИК ДЛЯ БИЗНЕСА

- Самая полная база Санкт-Петербурга и Ленинградской области
– 100 000 организаций
- Оптимальный тираж – 230 000 экземпляров
- Бесплатное распространение среди компаний Санкт-Петербурга и Ленинградской области

(812) 325-65-85

WWW.ALLINFORM.RU

