

# Пабы Nicholson's: проголосуй глоткой



Серебряный призер PMC Awards 2006

Клиент: Mitchells & Butlers

Агентство: Elvis Communications

Страна: Великобритания

В мае 2005 года в Англии проводилось множество агитационных кампаний по случаю очередных выборов в британский парламент. Менеджерам пабов Nicholson's пришла в голову гениальная мысль — устроить из надоевших политических дебатов веселое событие. То есть устроить собственные выборы!

## Маркетинговая ситуация и цели

В Лондоне насчитывается около 3800 пабов. Из-за большого количества конкурентов посетителей в них не так много, как хотелось бы. Чтобы привлечь их внимание, владельцы пабов устраивают различные праздники, устанавливают большие экраны для просмотра фильмов и футбола. Однако ощутимого результата это до сих пор не приносило.

Пока этим вопросом не занялись пабы Nicholson's. При помощи рекламного агентства Elvis Communications они сделали оригинальное предложение своим клиентам, используя предвыборную суматоху в своих интересах.

Цели перед акцией были поставлены следующие:

- увеличить продажи пива в сети Nicholson's,
- получить поддержку кампании со стороны арендодателей зданий, в которых находятся пабы,
- создать повод для PR,
- стимулировать попробовать новое пиво London Pride Election Ale.

## Креативная стратегия

Специально для акции на основе знаменитого пива The London Pride была создана линейка из трех сортов пива с названием The London Pride Election Ale — «Пиво парламентских выборов». Каждый из сортов получил название одной из трех лидирующих партий: Labour (лейбористы), Labour-Democrat (либерал-демократы), Togu (консерваторы).

Пабы на время кампании были переименованы в «избирательные участки» — перед каждым Nicholson's был поставлен стрит-постер «Избирательный участок», на котором была символика выборов.

Посетители паба могли отдать свои голоса за любую партию, просто заказав себе пива. Для наглядности на пивных кранах были сделаны карикатуры лидеров партий — Тони Блэра, Чарли Кеннеди и Майкла Ховарда. В репликах, приписанных им, политика как следует перемешалась с пивом. Лейборист Тони Блэр: «Быстренько по одному?.. Я имею в виду, что много чего может случиться за 45 минут». Либерал-демократ Чарли Кеннеди: «Еще по одному... пенни на фунт — и это уже будет очень большая разница». Консерватор Майкл Ховард: «Время, джентльмены... мне прийти к власти — ну, пожалуйста...»

В туалетах также можно было «проголосовать», проявив свою политическую ориентацию, подойдя к одному из трех писсуаров. На каждом из них висели специальные таблички. На левом: «Хочешь переметнуться к левым?» В центре: «Левоецентристы?» На правом: «Переметнешься к правым?»

А на бирдекелях (подставках под пиво) посетителям баров предлагалось написать собственный манифест. Преимущество такого голосования очевидно — государство дает право только одного голоса, а тут — хоть заголосуйся.

Результаты пивного голосования подсчитывались с помощью нового изобретения, получившего название «Глоткомер». В глотку, конечно, его никому не засовывали.

Событие на пользу  
бизнесу

Каждый паб —  
избирательный участок



▲ Любому желающему мог написать на подставке собственный манифест. В результате большого количества выпитого пива появлялись истинные шедевры!



▲ На окнах «избирательных участков» висели постеры, призывая прохожих зайти и проголосовать глоткой



▲ Как и полагается на выборах, перед каждым «избирательным участком» была афиша «Помещение для голосования»



▲ На этой картинке у пивных кранов политика перемешалась с пивом. Лейборист Тони Блэр: «Быстренько по одному?.. Я имею в виду, что много чего может случиться за 45 минут». Либерал-демократ Чарли Кеннеди: «Еще по одному... пенни на фунт — и это уже будет очень большая разница». Консерватор Майкл Ховард: «Время, джентльмены... мне прийти к власти — ну, пожалуйста...»



▲ Прибор для автоматического подсчета пивных голосов — «Глоткомер»



◀ Пресса охотно публиковала истории про «Избирательные пабы» и «глотковые выборы» Nicholson's. Англичане вообще любят читать, а эта история действительно была достойна внимания журналистов



Им в конце каждого дня подсчитывали количество пива, выпитого за ту или иную партию.

Кампания широко освещалась в газетах «Таймс», «Лос-Анджелес Таймс», на радио «Би-би-си». Что соответственно приносило дополнительные «голоса» в пабы.

### Результаты

Знание национального характера и юмор стали залогом успеха кампании. Сделав ставку на политический азарт англичан, пабы Nicholson's привлекли к себе огромный интерес.

Посещение, а соответственно и объемы выпитого пива резко возросли. Продажи пива подскочили на 29%.

Кампания привлекла огромный интерес со стороны прессы, что в свою очередь привлекло множество новых клиентов. На руководство посыпались просьбы о проведении подобных мероприятий.

В Лондоне, да и далеко за его пределами, не осталось ни единого человека, кто не знал бы об «Избирательных пабах» и «глотковых выборах» Nicholson's.

Кстати, пивные голоса распределились следующим образом:

- лейбористы — 54%,
- консерваторы — 25%,
- либерал-демократы — 21%.

### Ключ к идее

**Суть идеи:** потребление продукта превратить в шуточное голосование (соревнование).

**Источник идеи:** знание того, что англичане азартны — очень любят спорить и участвовать в различных соревнованиях. Перечитайте хотя бы «Записки Пиквикского клуба» — и вам все станет ясно. Вообще, любое, даже скучное, занятие становится интересным, если его превратить в игру или придать ему спортивный характер.

**Наводящие вопросы:**

- Какой вопрос может вызвать шумное обсуждение ваших посетителей? Страсть должна быть настоящей, но при этом допускать шутки и вольности.
- Что можно учитывать? Лучше, если это будут не деньги, а вполне материальные единицы. Пусть даже смешные.
- Подумайте, как сделать результаты соревнования наглядными. Может быть, бросать пробки в большие банки? Или клеивать этикетками щиты? Участники соревнований должны видеть результат — как на табло стадиона!

▲ «Переметнешься к левым?», «А может, к левоцентристам?», «Или к правым?» — такие плакаты висели над писсуарами. Стикер на сливном бачке: «Догадываетесь, куда уходят ваши налоги?» Стикер на фене для сушения рук: «Как всегда, пустые обещания политиков?»

### Результаты голосования

