

ПРОДАМ MARS ПО СМС

АГЕНТСТВО: ADF&R (Италия), ПРИЗ: «СЕРЕБРО»



01 > Masterfoods предложил новый язык: «Ты слышал новости?!»
02 > «Мне не хватает слов!»

Всегда приятно изобрести слово или фразу, которую люди подхватывают, повторяют и пользуются ею. А что, если придумать целый язык, состоящий из смайликов и других графических символов?

Проблема

Итальянский рынок шоколада — большой, но сложный для фирмы Masterfoods (Bounty, Mars, Snickers, Twix, M&M's). В 2005 году первое место на нём занимала Ferrero с рыночной долей 68 %, сильным конкурентом была и Nestle. Кроме того, в 2005 — 2006 годах рынок переживал спад (—1 %).

Задача стояла такая: все бренды должны были занять сильные позиции на местах продаж к началу нового школьного сезона, стать визуально заметными среди конкурентов. Ориентация именно на места продаж обусловлена тем, что все эти Bounty и Mars — товары спонтанного спроса.



Решение

Современные бренды не просто рекламируют себя, а встраиваются в жизнь целевой аудитории. Её определили как людей в возрасте от 14 до 34 лет. В общем, надо было напрямую достичь умов молодёжи широкого возрастного диапазона.

Суть креативной стратегии, предложенной агентством, такова. Современный жаргон тесно связан с чатами, эсмэсками и ICQ. Эти средства общения подразумевают краткие быстрые фразы, которые легко набирать на клавиатуре двумя пальцами. Поэтому жаргон изобилует сокращёнными и упрощёнными словами и графическими символами, выражающими эмоции.

Так и родилась идея «СМС-иконок»: смешные фразы трансформируются в печатные символы, «иконки». Иначе говоря, идея была в том, чтобы подыграть интернет-поколению и войти в его язык.

- 01 > Выкладки товара в магазинах тоже были превращены в рекламу словесной игры
- 02 > «Увидимся там же?»
- 03 > «Не верю своим глазам!»

Первая фразочка: «SMS [c:-]ns. Icons speak about you» ([c:-]ns. читается как icons) — стала слоганом кампании, который печатали на всех промо-материалах. Были придуманы и другие фразы, напечатанные на промо-открытках, которые раздавались в барах, ресторанах, спортзалах: «Ты слышал новости?!», «Мне не хватает слов!», «Увидимся там же?», «Не верю своим глазам!», «Я в тебя влюбился!» — и так далее. Эти фразочки, набранные 3—4 значками, можно было загрузить в свой мобильник с сайта и пользоваться ими в разговорах.

Кроме того, использовалась реклама в местах продаж, но не просто реклама, а конкурсы на лучшие СМС-сокращения, с призами. Призы, к слову, были весьма интересными: в первом раунде — десятки мобильных телефонов Nokia и сотни оплаченных ваучеров на телефонные переговоры по десять евро каждый, а во втором раунде — скутер Piaggio Liberty и красивый дизайнерский шлем к нему.

И наконец, главное — была проведена СМС-кампания для ядра таргет-группы — людей 14–24 лет. Было разослано 250 000 СМС.

Ключ к идее

Суть идеи: языковые игры и создание неологизмов от имени бренда.

В данной кампании языковые игры смешиваются с графическими элементами и открывается большой простор для воображения: кроссворды, шарады, смешение латиницы и кириллицы...



Источник идеи: современная молодежная культура.

Молодежные субкультуры создают свои различные языки, способы выражения мыслей и эмоций. В данном случае использован усеченный интернет-язык и язык sms.

Тренировочные вопросы:

1. На каком языке общается целевая аудитория? Есть ли у нее свой сленг, выражения или жесты для демонстрации эмоций?

Просто попробуйте скопировать это, станьте частью вашей целевой группы и начните общаться, как она. После чего попробуйте развить этот язык — предложите что-то новое.

2. Для того чтобы аудитория восприняла ваше предложение как свое, втяните ее в соавторство — например, организуйте конкурс. ®



04 > «Я в тебя влюбился!»
 05 > Промо-карточки с «СМС-иконками» раздавались в барах, спортзалах и тому подобных местах. Заметим, что на всех карточках есть название той или иной марки: например, «Ты ангел» и «Я мечтаю о тебе» — это, конечно, Bounty (райское наслаждение)
 06 > Специальный веб-сайт рассказывал о конкурсе и предлагал словарь нового языка
 07 > Поучаствуй в конкурсе на лучшее СМС-сокращение и выиграй скутер

