

NRC.NEXT: ПОДПИСКУ МОЖНО ПРОДАТЬ!

АГЕНТСТВО: VAN WALBEEK ETCETERA (Голландия), ПРИЗ: «СЕРЕБРО»



Газете nrc.next удалось стать прибыльной за счёт подписки уже в течение первого года. В чём секрет? В оригинальном формате издания и грамотной подготовке общественного мнения.

Проблема и результат

Газета живёт за счёт подписки. В наше-то время? Когда всюду киоски с прессой, а в Интернете можно бесплатно отыскать столько интересного?

«Это невозможно!» — скажете вы. И будете не правы. Газете nrc.next это удалось, причём прибыльным предприятием она стала не на второй год, как планировалось, а уже в течение первого.

При этом кампания велась в пользу пробной подписки, то есть люди платили деньги ещё до того, как газета вышла в свет! В конце 2006 года на неё подписалось уже 115 000 человек.

Решение

Кампания велась в несколько этапов, постепенно наращивая интерес подписчиков к изданию.

Сначала в течение января 2006 года общественное мнение подготавливалось к инициативе nrc, чтобы уменьшить возможные потоки критики в свой адрес.

Затем потихоньку (в течение февраля) начали подогревать интерес подписчиков и рекламодателей, выводя в медиaprостранство кампанию и слоган «*What's next?*» («Что дальше?»).

Наконец в марте произошёл big bang — настоящий выход газеты на рынок. В течение одного дня — 14 марта было роздано 450 000 бесплатных копий газеты. Физический контакт с продуктом сразу увеличил количество подписавшихся на пробу.

Рекламная кампания между тем продолжалась, ставя своей целью теперь уже не пробную подписку, а установление прочных контактов с читателями и рекламодателями.

Главное креативное решение было текстовым. Четыре строки, похожие на восходящие ступеньки. Последняя строка всегда резюмирующая: «*Что дальше?*» Темы посланий — текущие новости, касающиеся политики, культуры, экологии, других волнующих тем.

Например: «*Аэробика. Фитнес. Велотренажёры. Кардиостриптиз. Что дальше?*» Или: «*Малыря. Собачье бешенство. Коровье бешенство. Птичий грипп. Что дальше?*»

Главный посыл кампании: nrc.next не просто рассказывает о новостях, но определённым образом их интерпретирует, заглядывая в будущее. А это уже совсем другое дело! Поставщиков информации сейчас очень много, а качественной аналитики, помогающей и вычленив главное из груды хлама, и сформировать отношение к событиям, и представить несколько мнений, и показать варианты развития ситуации, — такой аналитики людям всегда не хватает.

Ключ к идее



Суть идеи: в самом названии издания — животрепещущий вопрос. Вопрос, который люди задают в самых разных ситуациях.

Это и есть основная идея как бренда, так и его рекламы. Дальнейшее развитие идеи — уже дело техники — показать процесс и спросить у читателей: «А что же дальше?» И ответ на этот вопрос однозначен — читайте газету nrc.next, которая знает, что будет завтра.

Источник идеи: экспертные мнения и футурологические исследования, желание рассказать людям, что их ждет в ближайшем, но все-таки будущем.

Сама же визуальная концепция рекламы nrc.next похожа на рекламу газеты The Economist — похожее шрифтовое решение на красном фоне.

Тренировочные вопросы:

1. Процесс развития от простого к сложному привлекает внимание людей. Как вы можете поэтапно расписать стадии развития вашего товара? Возможно, такое заглядывание в будущее станет для вас не только коммуникационной идеей, но и способом развития самого продукта.

2. Попробуйте предсказать будущее, даже если ваши предсказания будут юмористического характера, — если делать это постоянно, ваших реплик будут ждать. Соответственно, повысится знание марки и лояльность к ней. ®



01 >

01 > На газете написано: «Пролистать. Переключить каналы. Закрыть окно компьютера. Прокрутить документ ниже — что дальше?» Так началась кампания nrc — это этап подготовки рекламодателей к выходу новой газеты на рынок

02 > «Купи ее здесь!»

И ниже: «nrc.next — ответ на сегодняшний день»

03 > «Малярия. Собачье бешенство. Коровье бешенство. Птичий грипп»

04 > «Аэробика. Фитнес. Велотренажеры. Кардиостриптиз. Что дальше?»

02 >

nrcnext.nl

koop 'm hier

Nieuw! Nu tijdelijk € 0,50

nrc.next
Het antwoord op vandaag

03 >

malaria
hondsdolheid
Creutzfeldt-Jakob
vogelgriep

what's next?

nrc.next
Het antwoord op vandaag

04 >

aerobics

fitness

spinning

cardio striptease

what's next?

nrcnext.nl

nrc.next
Het antwoord op vandaag