

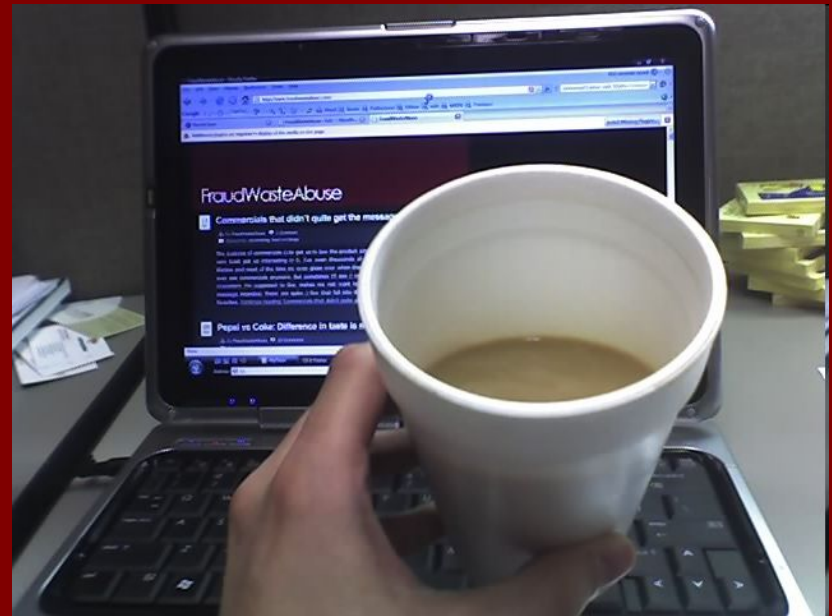


Рамки

Гуру как бы говорит с нами

Как испортить утро:

- Есть один **вопрос**, который постоянно задают клиенты. Вопрос, который портит нам настроение и вкус офисного кофе:
- **А насколько это эффективно?!..**



Деньги на ветер?

- Никто на самом деле не знает всей правды
- **John Wanamaker:**
"Half the money I spend on advertising is wasted; the trouble is I don't know which half."



Хватит?!



- Каждый день **тысячи** рекламных обращений борются за свою долю потребительского сознания.
- Голова не выдерживает и **перестает обращать внимание**

Секрет

Просто **говорить** недостаточно.
Гуру говорит нам – **выходите за рамки**
этого мира!



Пример 1:



Potenza GIII. The same technology used in F1.



Bridgestone place it in your car.

Вот мы в границах рамок...

...а вот мы их переходим

Пример 2:

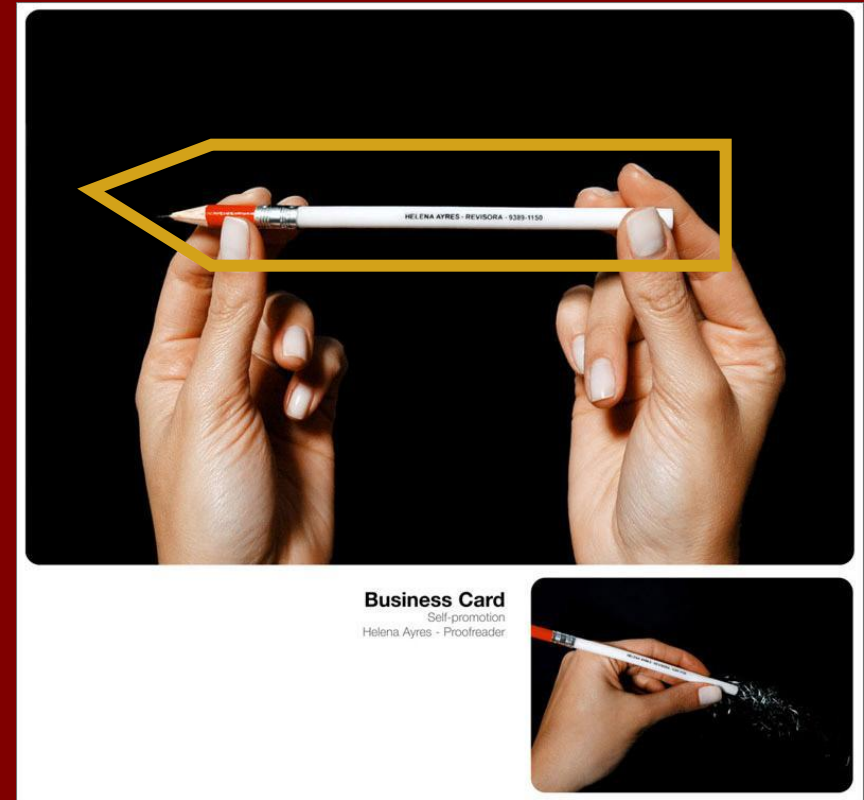
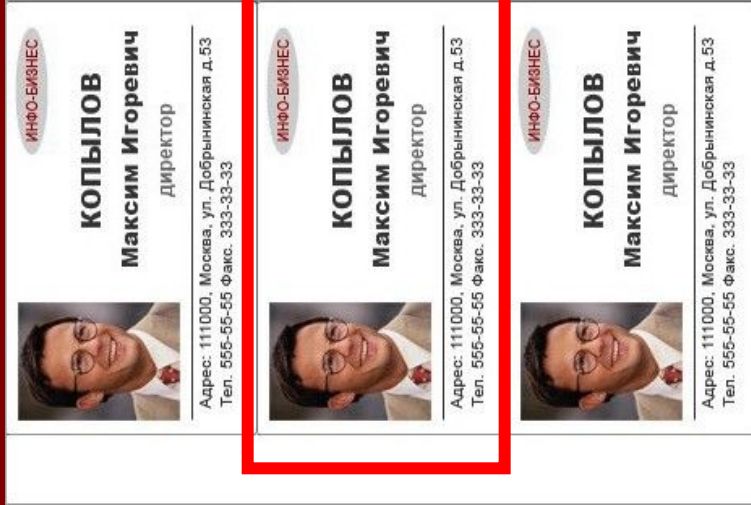


Вот мы их переходим...



А вот мы в границах рамок!

Пример 3: визитка



Вот мы в границах рамок...

...а вот мы их переходим

Пример 4:



Реклама

- Легче всего делать рекламу за рамками в наружке, прессе.
- Но даже в ТВ, где много правил, тоже бывают возможности их переступить.





Do you want the color back?
¿Quieres que vuelva el color?



and let the spots go?
y se vayan las manchas?



Don't touch the controls.
No toques el control.



Try the new Clorox for color.
Clorox Ropa Color



¿What happened to the color?

Challenge:

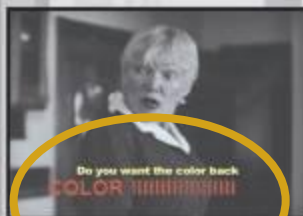
To be clear and forceful to communicate the Clorox launching of the new bleach for colors.

Idea:

To surprise the quiet audience while they were watching their favorite TV program through the image freezing and changing to black and white, with the effect of the TV color tracking. The audio asked the audience whether they want the color to come back and finally the color appeared with an ad saying "Clorox for Colors"

Results:

A month later of the program execution the product run out. The sales had a 53% increase, the purchase intention went to 86% and TOM to 22%.



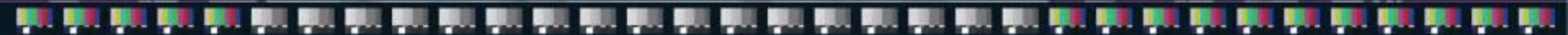
Do you want the color back
COLOR



and let the spots go?
COLOR



Try the new Clorox for color.



quizzz

- В одном из предыдущих слайдов мы сравнили реализацию идеи за рамками с ... еще идеей за рамками .
Где же я смахлевал?!

Good things come to those who wait is an advertising slogan used by Diageo in television, cinema, and print advertising campaigns promoting Guinness-brand draught stout in the United Kingdom. ...



proposal was to turn around the negative consumer opinion of the length of time required to correctly pour a pint of Guinness from the tap, usually quoted as 119.5 seconds, as well as to encourage bartenders to take the time to do so.

И напоследок

Читайте больше о хорошей рекламе на
bestcases.org.ua