



УМЕЛЕЦ – магазин бензо- и электроинструмента

*BTL – кампания по открытию
нового магазина*



Механика

На основных транспортных путях, ведущих к магазину «Умелец», через равное расстояние, вдоль дорог располагается промоперсонал, держащий в руках необычные таблички. На табличках обыгрываются копирайты, вызывающие неоднозначные, но сильные эмоции.

Кроме того, таблички выполняют навигационную функцию - на них, в зависимости от места расположения промоутера, стрелкой указано дальнейшее направление движения к магазину Умелец.

Адресная программа

Условные обозначения:



Магазин «Умелец»



Промоутер с табличкой



Направление движения
автотранспорта, на
который направлена
табличка





Креатив

Начиная думать над этой задачей, мы, наверное, слишком буквально восприняли знаменитую фразу Филиппа Котлера: «Человек никогда не покупает электродрель, а покупает лишь дырку в стене — так продавайте им дырку в стене!».


Учитывая, что по портрету ЦА наши клиенты люди с юмором, мы набросали несколько интересных и двусмысленных, на наш взгляд, копирайтов, точно заставляющих обращать на себя внимание.





UBK
GROUPP


PR
Event
Strategy
Consulting
Sales promotion

 **ЛУЧШИЕ ДЫРКИ**
ДЛЯ ДЮБЕЛЕЙ
В НОВОМ МАГАЗИНЕ
В ГОРОДЕ
«УМЕЛЕЦ» В ЛАЗУРНОМ
300 м.

 **САМЫЕ ГЛАДКИЕ**
ПОВЕРХНОСТИ
В НОВОМ МАГАЗИНЕ
В ГОРОДЕ
«УМЕЛЕЦ» В ЛАЗУРНОМ
300 м.

 **САМЫЕ ФИГУРИСТЫЕ**
ВЫРЕЗЫ
В НОВОМ МАГАЗИНЕ
В ГОРОДЕ
«УМЕЛЕЦ» В ЛАЗУРНОМ
300 м.

 **САМЫЕ ЗАВОДНЫЕ**
БЕНЗОПИЛЫ
В НОВОМ МАГАЗИНЕ
В ГОРОДЕ
«УМЕЛЕЦ» В ЛАЗУРНОМ
300 м.

 **САМЫЕ СТОЙКИЕ**
КРАСКИ
В НОВОМ МАГАЗИНЕ
В ГОРОДЕ
«УМЕЛЕЦ» В ЛАЗУРНОМ
300 м.

 **САМЫЕ СОЧНЫЕ**
КРАСКИ
В НОВОМ МАГАЗИНЕ
В ГОРОДЕ
«УМЕЛЕЦ» В ЛАЗУРНОМ
300 м.



Копирайты

В итоге, были выбраны 3 копирайта:

«Лучшие дырки для дюбилей в городе»

«Самые сочные краски в городе»

«Самые заводные бензопилы в городе»

Наши дизайнеры предложили следующее решение: стилизовать таблички под «самодельные», фон таблички стилизовать под картон, на котором через трафарет написан текст и изображены пиктограммы.



UBK
GROUPP

PR
Event
Strategy
Consulting
Sales promotion

Дизайн





UBK
GROUPP

PR
Event
Strategy
Consulting
Sales promotion

Дизайн





UBK
GROUPP

PR
Event
Strategy
Consulting
Sales promotion

Дизайн





Магазин

Кроме того, для привлечения внимания, фасад магазина был украшен большим баннером, выполненным в айдентике кампании.

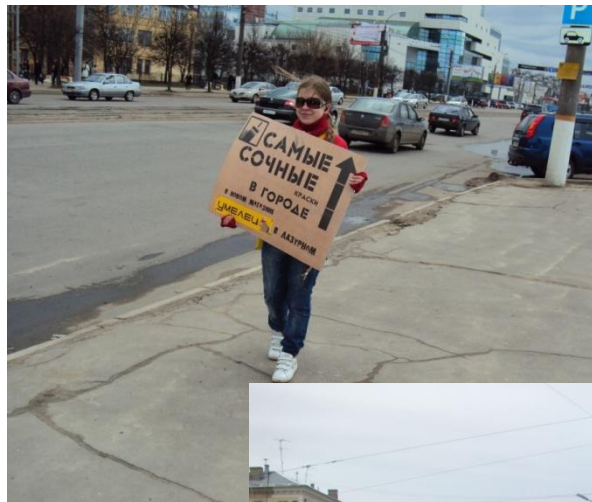




**UBK
GROUPP**

**PR
Event
Strategy
Consulting
Sales promotion**

Как это было





Чем все кончилось

По отзывам боссов магазина, кампания поразила их своей эффективностью, за 5 дней акции магазин посетило более 1500 человек, по собственным оценкам заказчика около 75% человек узнало о магазине и решило его посетить благодаря увиденным, нестандартным табличкам.

Эту кампанию активно обсуждали в офисах, до нас доходили слухи от наших друзей и знакомых. На тверском форуме открылась дискуссия, посвященная акции, там нас и ругали и хвалили и улыбались и негодовали.

Но самое интересное связано с другим: по городу пронеслись слухи, что это социальная акция против.....плохих дорог («Лучшие дырки в городе!»). И, как ни странно, через неделю после кампании началась, уже сто лет назад запланированная, программа по ремонту основных проспектов города, поэтому некоторые люди наверняка убеждены что эта «социальная акция» сработала ☺

**СПАСИБО ЗА
ВНИМАНИЕ!**

Генеральный директор: Богачев Юрий
Руководитель проекта: Петров Константин
Креативный директор: Богачев Павел

www.ubk-groupp.ru
info@ubk-groupp.ru
Tel.: 510-375, 510-369