

новая рекламная кампания

«Мы сделаем все сами»

ГрузовичкоФ.Сделает всё сам.

«Мы сделаем все сами» — слоган, который отражает суть работы ГрузовичкоФ: мы перевезем ваши вещи, пока вы пьете кофе.

Герои новой РК — грузчик, водитель и менеджер входящих продаж компании. В рекламных материалах мы гиперболизируем их основные качества: сила, надежность, ответственность, мужественность, внимательность, клиентолюбие.

Что делают настоящие мужчины? Говорят: «Я сделаю все сам». Это то, что хотят слышать клиенты компании.

Водители и грузчики — это супермены, которые нравятся женщинам и которых уважают мужчины (потому что они избавляет их от головной боли).

Делаем акцент на сексуальных образах и игре слов.

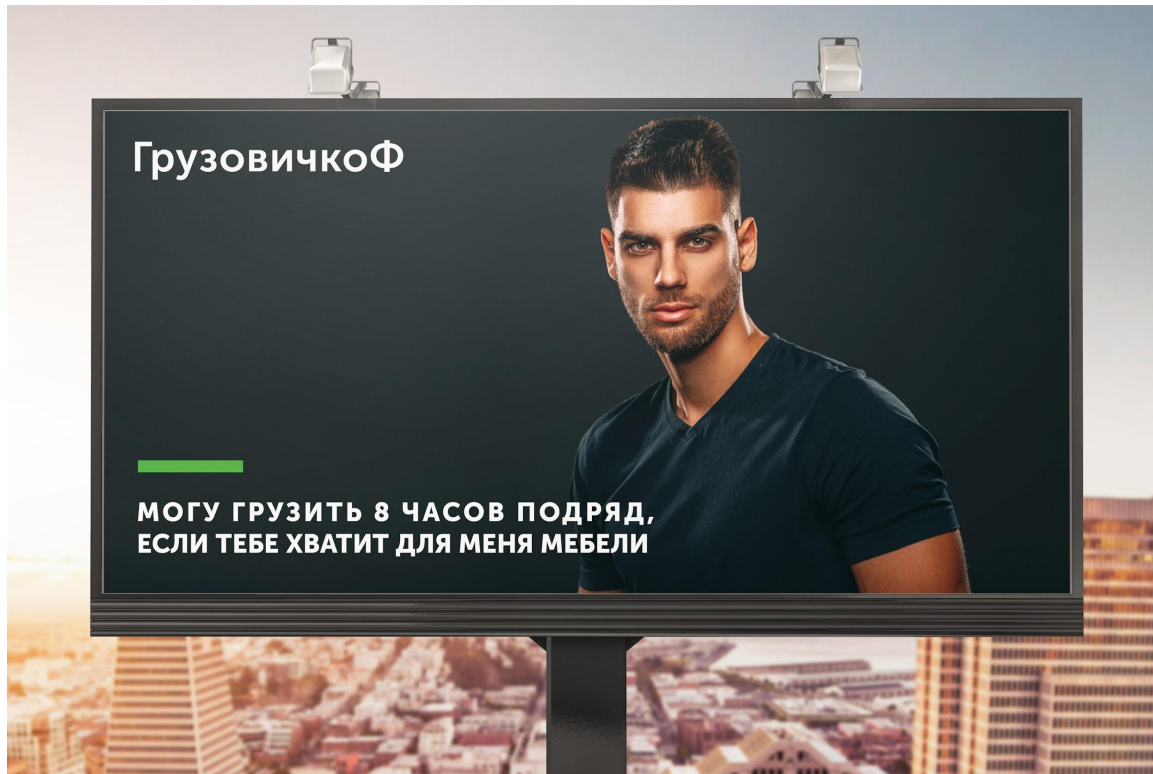
Благодаря образам людей мы оживляем компанию, делаем ее человечной, даем понять, что за нашими грузоперевозками стоит команда профессионалов. Например, «Яндекс» столкнулся с проблемой, что компанию не воспринимают как людей, а как робот-поисковик.

На следующих слайдах представлены примеры баннеров (собраны на фотостоке)

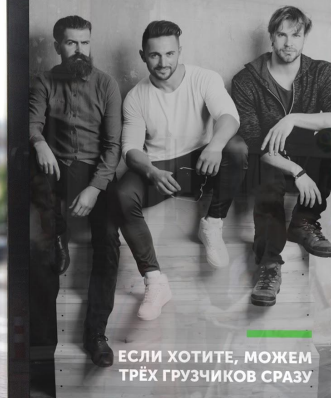
Для реализации РК рекомендуем сделать фотосессию, чтобы отразить верные позы героя, настроение, цвета и выстроить акценты в нужных местах.

ГрузовичкоФ

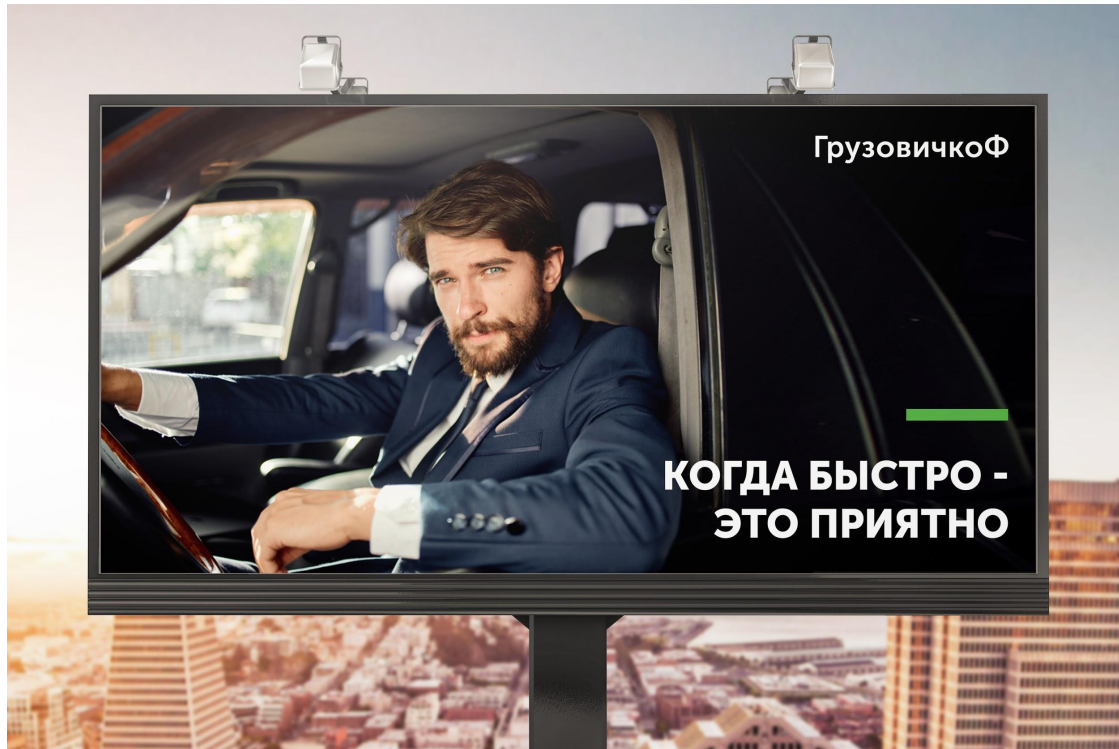
**МОГУ ГРУЗИТЬ 8 ЧАСОВ ПОДРЯД,
ЕСЛИ ТЕБЕ ХВАТИТ ДЛЯ МЕНЯ МЕБЕЛИ**



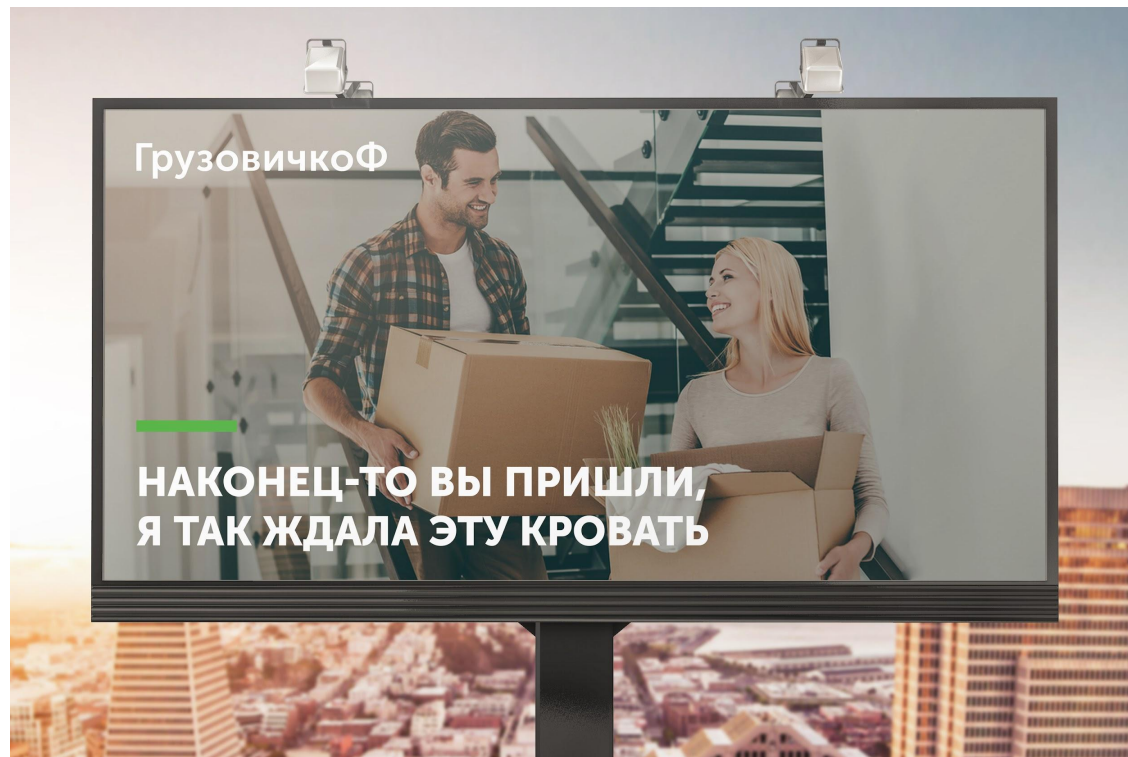
ГрузовичкоФ



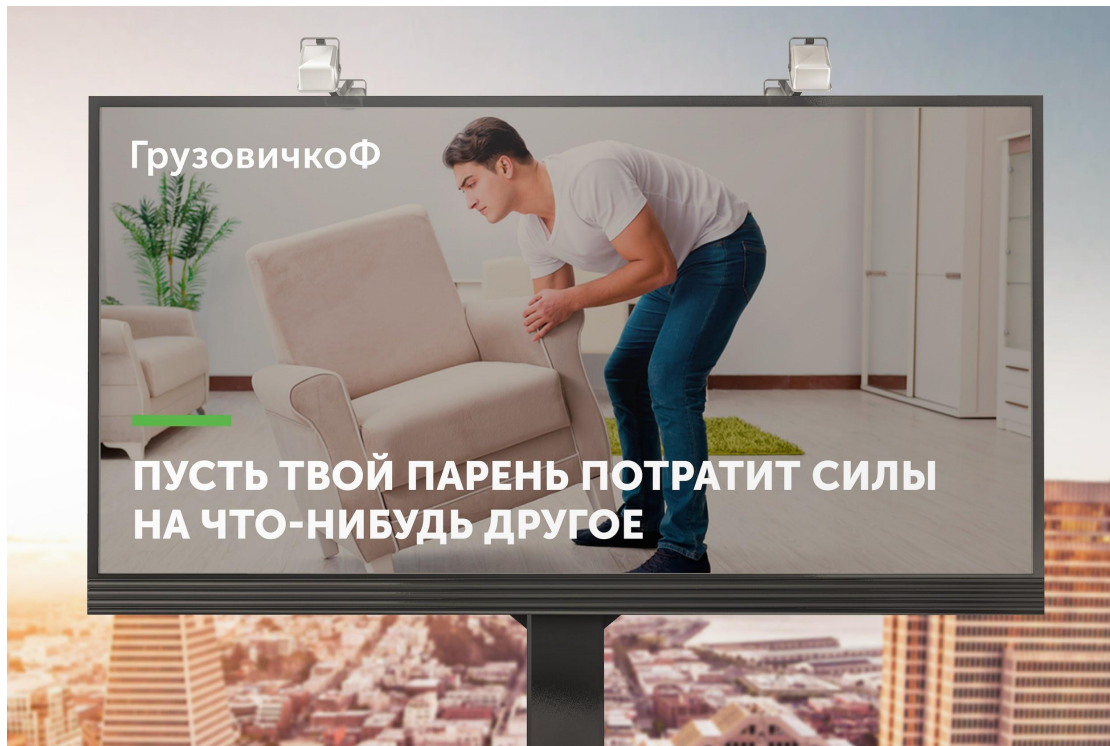
ЕСЛИ ХОТИТЕ, МОЖЕМ
ТРЕХ ГРУЗЧИКОВ СРАЗУ



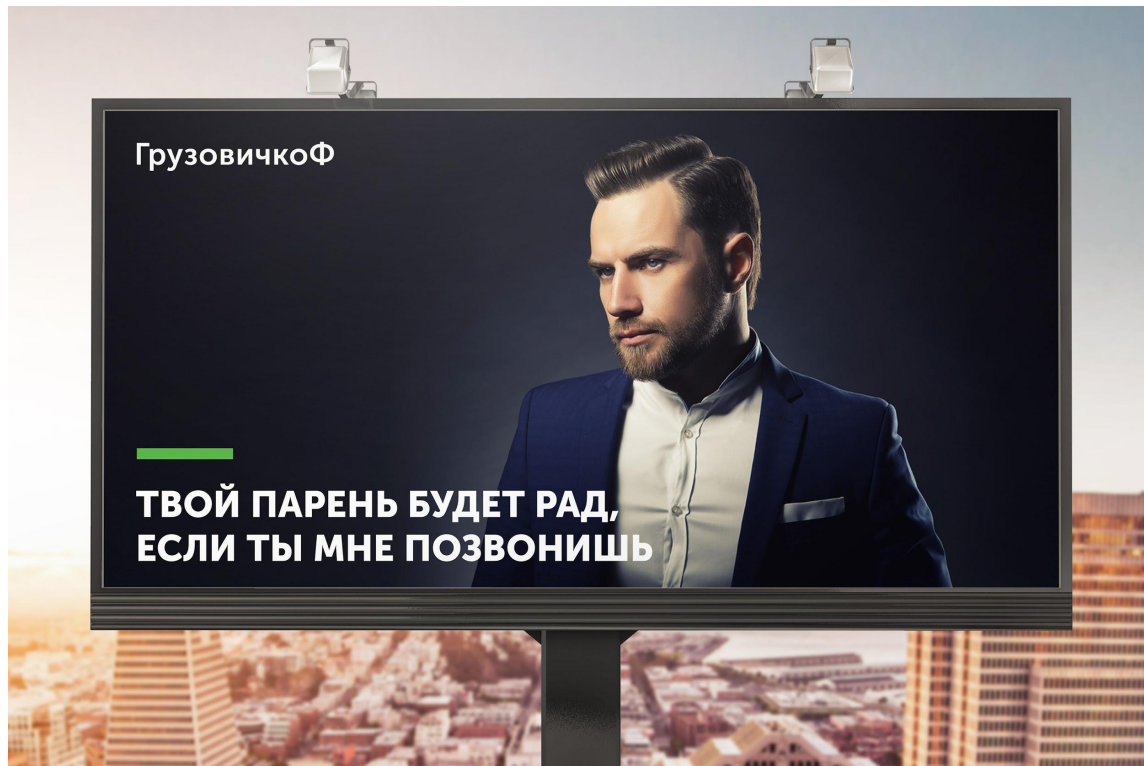
Коммуникационное сообщение: ГрузовичкоФ приезжает за 15-20 минут. Вы получаете больше удовлетворения от переезда.



Сцена: грузчик заносит кровать в новую квартиру, на переднем плане стоит восхищенная и радостная девушка. Для нее он - волшебник, который исполнил мечту.



ЦА рекламного обращения: девушки, которые просят своих парней помочь им с переездом. Зачем? Для этого есть профессионалы. Силы можно потратить на что-нибудь другое...

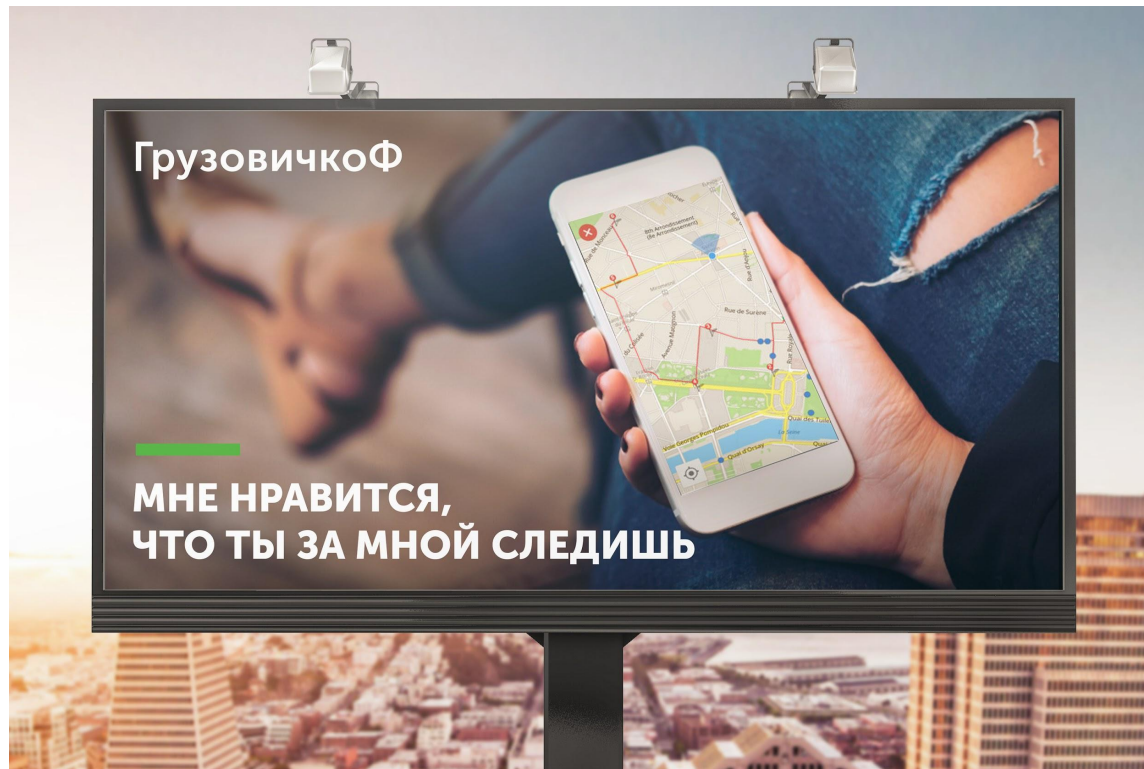


Еще один посыл для тех женщин, которые предпочитают перекладывать ответственность за переезд на своих мужчин.

Мужская ЦА оценит это как: "Это точно, спасибо, бро".



Также задействуем в рекламной кампании прекрасных сотрудниц call-центра, “которые всегда рады твоему звонку”.



Обыгрываем функцию навигатора в новом мобильном приложении.
Многие девушки любят следить за своими парнями, а мы и не против!

Вариант рекламной кампании №2

«Выбирая ГрузовичкоФ, ты выбираешь комфорт»

Что значит для клиентов переезд? Это головная боль, потраченные нервы и силы.

Что же делают клиенты, когда близится переезд?

1. Просят помочь соседа/друга/родственника перевезти 17 коробок, диван, да еще и кота.
2. Выбирают компанию, которая предложит меньшую стоимость. Зачем переплачивать?
3. Заказывают услуги у частных лиц. А где гарантии?

С помощью этой РК мы помогаем людям принять правильное решение, отбросив все мысли об экономии и другие убеждения.

Посылы и факты на баннерах - провокационные и немного циничные. Но мотивируют задуматься “А стоит ли оно того?”.

Примеры посылов на баннерах

- Думаешь реально сэкономил на переезде? (сцена: замученный мужчина в спортивных штанах стоит у подъезда в грудe вещей).
 - 7% браков рушится после самостоятельного переезда.
 - 2 000 грыж в год зарабатывается после самостоятельно спущенного дивана.
 - Твой друг тебе не позвонит еще месяц (сцена: 2 мужчин несут мебель, на лице одного друга видно боль и разочарование. Друзей нужно беречь).
 - Грузчик без опыта травмируется на 60% чаще.
 - Разобьешь ты - купишь себе сам новый телевизор
- Разобьет грузчик - оплатим мы (отсылка к материальной ответственности).

Спасибо за внимание!

Если хотите, мы все сделаем сами