

БОЛЬШИЕ ИДЕИ **В МАЛЕНЬКОМ ГОРОДЕ**



Копирайтер в
AnyBodyHome

**Нужна ли реклама в
Коломне?**

- Хорошему продукту реклама не нужна!
- До тех пор, пока он один в категории!

- Сарафанное радио надо
заслужить!

- Пока в Коломне умирает реклама,
Снуп Дог печатает свои тексты на
марихуане!



HTH Worldwide
Healthcare Technologies
for the world traveler

LIFE SAVING KITS

CW Sergey Pekin
AD Ekaterina Starodubtseva
PD Nadine Koroluk
ST Anna Sokolova



TASK

Figure out how you can help to cope with the consequences of natural disasters. Remember, people are suffering from what they are losing, that would like to return. We can come up with a campaign, product, service, social movement, etc. Think about how global brands can help.



PROBLEM

For example, according to statistics because of the tsunami and floods in Japan in 2011 affected more than 18,000 people. Huge number of people die from contaminated wounds and inability to effectively provide themselves and others first aid. But not this time.



SOLUTION

Floating aid kits in areas with high risk of flooding or tsunami. First aid kits are placed at a certain height on the tiers and depending on the city infrastructure devices. When flooding occurs, the mechanism to which is attached a first aid kit, first aid kit shoots into the water, where the victims will be able to use it.



Что там с креативом?

Реклама = Креатив,
всё остальное – это куча
текстов, вагоны картинок и
денег, выброшенных на ветер

Креатив – это **не бред**, даже
если он очень сильно на него
похож!

Креатив – это то, что делает
вашу коммуникацию живой, то
что находит **ОТКЛИК** в сердцах и
головах людей

Креатив – это то, что
пробивается сквозь
информационного шума и
доносит ваше сообщение до
потребителя

Креатив = идея.

Хорошо, когда идеи большие.

Большие идеи
в интерактивных
коммуникациях

БОЛЬШАЯ ИДЕЯ

Система формализованных коммуникаций,
вызывающих сопереживание.



Главная задача большой идеи — позволить всем участникам процесса одинаково представить объекты коммуникации для всех участников процесса: бренда, агентства, пользователей, зрителей.

ФОРМА

которую мы
представляем

ДРАМА

которой мы
сопереживаем

ПОЛЬЗА

которую мы
получаем
от механик

ФОРМА ОПРЕДЕЛЯЕТ ВИЗУАЛИЗИРУЕМЫЙ ОБЪЕКТ ИЛИ СИСТЕМУ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ.

НЕИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ

НЕБО

ПАРАШЮТ

ДЖИНСЫ

ЗУБОЧИСТКА

ЕЛКА

ВОПЛОТИМЫЙ И ВИЗУАЛИЗИРУЕМЫЙ
ОБРАЗ БЕЗ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ.

ИНТЕРАКТИВНЫЕ ФОРМЫ

КУЛИНАРНЫЙ КЛУБ

АКАДЕМИЯ

ПСИХУШКА

ПРОБКА НА ДОРОГЕ

КОСМИЧЕСКАЯ СТАНЦИЯ

ИНКУБАТОР СТАРТАПОВ

СИСТЕМА ОТНОШЕНИЙ,
ПОСТРОЕННАЯ НА ДИАЛОГЕ С
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ.

**ДРАМА ПОЗВОЛЯЕТ ВЫЗЫВАТЬ СОПЕРЕЖИВАНИЕ РЕКЛАМЕ ЗА
СЧЕТ ОБОСТРЕНИЯ КОНФЛИКТА.**



ПОЛЬЗА ПОЗВОЛЯЕТ ЧЕЛОВЕКУ СОХРАНЯТЬ ИЛИ НАКАПЛИВАТЬ СВОИ
КАПИТАЛЫ ЗА СЧЕТ РЕКЛАМНОГО МАТЕРИАЛА.

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ

ТОВАРЫ, ДЕНЬГИ

СОЦИАЛЬНЫЙ

ВКЛЮЧЕННОСТЬ В СЕТИ

ФИЗИОЛОГИЧЕСКИЙ

УРОВЕНЬ ЗДОРОВЬЯ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ НАВЫКИ, ЗНАНИЯ



АДМИНИСТРАТИВНЫЙ

ДОЛЖНОСТНОЙ УРОВЕНЬ

ПОЛИТИЧЕСКИЙ

ПОЛИТИЧЕСКАЯ АКТИВНОСТЬ

СИМВОЛИЧЕСКИЙ

РЕПУТАЦИЯ, ЭКСПЕРТНАЯ ВЛАСТЬ

КУЛЬТУРНЫЙ

ВОСПИТАНИЕ, МОРАЛЬ

**#ОХОТАНА
#ЖУКА**



Идея

Пункт обмена фотографий
с похищенным символом кафе на призы

Идея

Пункт обмена фотографий

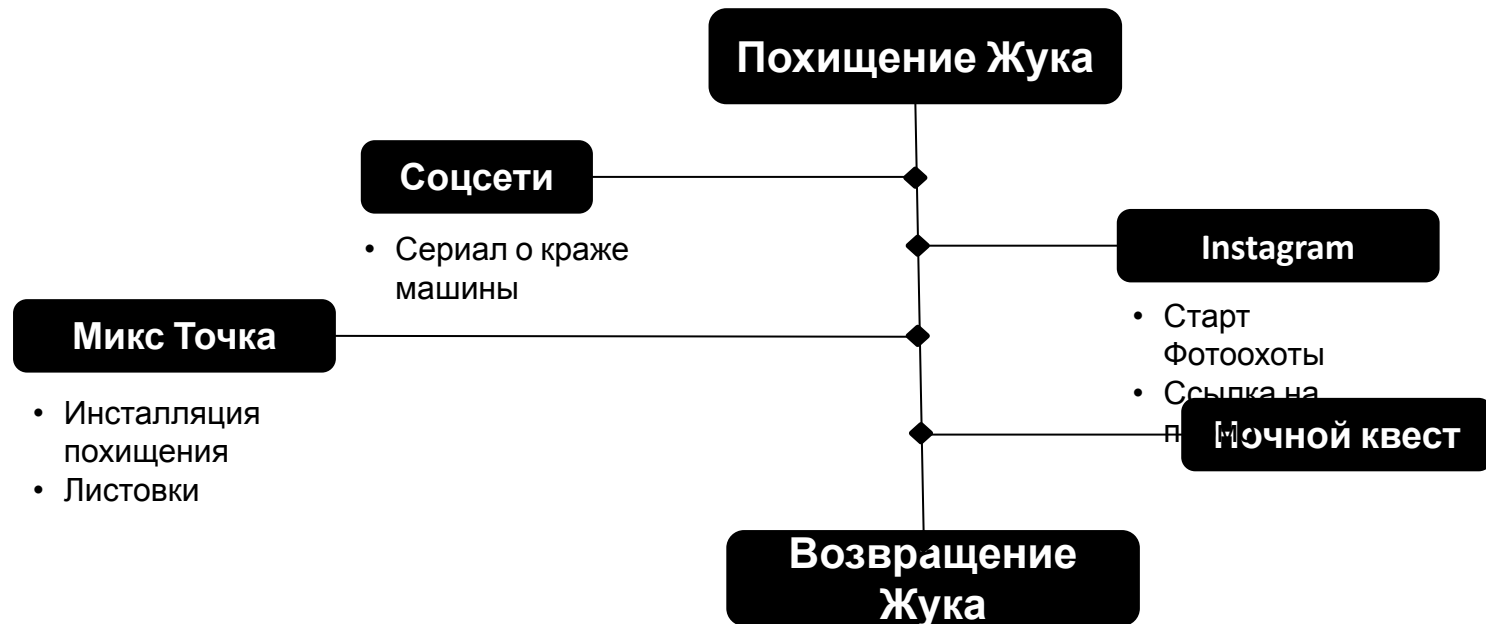
с похищенным символом кафе на призы

Форма

Драма

Польза

Медиа Микс



Охота на Жука. Старт

Видео о пропаже Жука стартовало 2 апреля и призывало участвовать в фотоохоте

<http://www.youtube.com/watch?v=KgGAQ3Xg7sQ>

Охота на Жука. Подсказки



Охота на Жука. Фотоохота



Охота на Жука. Развитие

Второе видео стартовало через 2 недели и призывало людей участвовать в НОЧНОМ КВЕСТЕ

<http://www.youtube.com/watch?v=UbJNOAfDBck>

Охота на Жука. Кульминация

Третье видео стилизовано под выпуск новостей и рассказывает о завершении акции, праздничной «охоте» и возвращении машины

<http://www.youtube.com/watch?v=i8zsGAEavYI>

Этапы

СЕРИЯ №1

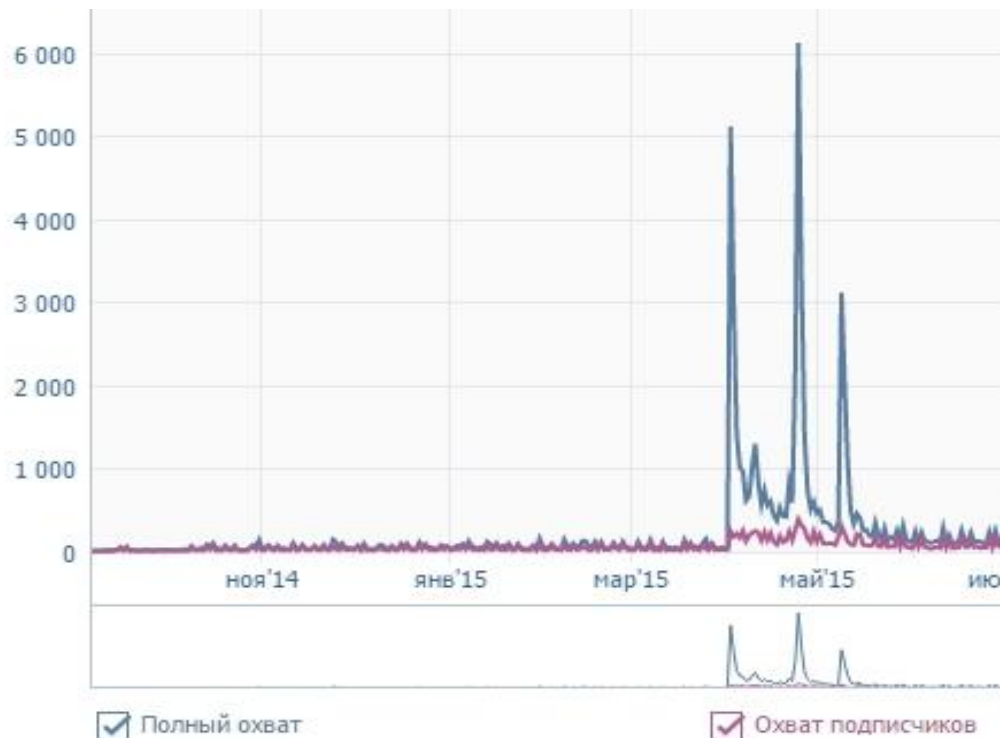
ФОТООХОТА

СЕРИЯ №2

КОМАНДНЫЙ
КВЕСТ

СЕРИЯ №3

Охота на Жука. Результаты



Охота на Жука. Результаты

Охват – **39 316** уникальных
пользователей

Просмотры (3 видео) – **5803** просмотра

Активность – **197** репостов

Количество работ – **200** фотографий с хештегом

Что ещё можно было сделать?

Промо-акция – уникальное меню для «детективов»

CRM – сайт mixpromo.ru с регистрацией и накопительной системой баллов за активность

ТВ – фейковый выпуск новостей на КТВ о громком похищении

Идея

Пункт обмена фотографий

с похищенным символом кафе на призы

Форма

Драма

Польза

Плюсы маленького города

Город маленький

Сделайте яркое событие на улицах города
и снимите это на камеру

<https://www.youtube.com/watch?v=UM7EMzVaNCk>

Город маленький

Инсталляции – ещё один повод не унывать -

<http://www.ravoshod.ru/ru/portfolio/campaigns/294>

Город маленький

Ко-брендинг с талантами рулит -

<http://www.youtube.com/watch?list=UUTXaRjOAK06AcjIfelBvhPA&v=wwLnypNr1fA>

Город маленький

Сделайте покупателей героями рекламных кампаний-

<https://vimeo.com/135959182>

Город маленький

Не бойтесь быть другими -

<https://www.youtube.com/watch?v=dCDjU9fFTBY>