

ВИДЕОСЪЁМКА КАК ИМИДЖЕВОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ДЛЯ СОКА «J7»

Выполнила:

студентка 4 курса 401 группы специальности Реклама,
Хлопонина Олеся

J7 - торговая марка фруктовых и овощных соков. В 1994 году компанией «Вимм-Билль-Данн» был произведен первый пакет сока под торговой маркой J7, именно с него началась история пакетированных соков в России. В 2001 году J7 был спонсором первого сезона российского реалити-шоу «Последний герой».

В 2017 году J7 объявил об имиджевых изменениях. В основе его нового позиционирования – стремление бренда помочь покупателям сохранить позитивный настрой на целый день благодаря солнечным фруктам, которые J7 отбирает для своих соков. Отсюда запоминающийся позитивный слоган кампании: «Подъем, настроение!»

Продукция J7 неоднократно завоевывала звание «Народная марка», а также не раз получала звания «Товар года», «Бренд года» и «Супербренд».

J7

ОБНОВЛЯЙСЯ
FRESH TASTE

УЛЫБАЙСЯ
J7

ПОДКРЕПЛЯЙСЯ
ПОЛЕЗНЫЙ ЗАВТРАК

ОСВЕЖАЙСЯ
J7 FRUIT

ЗАРЯЖАЙСЯ
J7 ТОНУС

СТАТЬИ

FAQ

ВОЗЬМИ ОТ ФРУКТОВ БОЛЬШЕ*

100% СОК

КЛЕТЧАТКА ЦЕЛОГО ФРУКТА**

БЕЗ ДОБАВЛЕННОГО САХАРА***

КЛЕТЧАТКА ЦЕЛОГО ФРУКТА
100% СОК
МУЛЬТИФРУКТ
- БЕЗ ДОБАВЛЕНИЯ САХАРА -

КЛЕТЧАТКА ЦЕЛОГО ФРУКТА

* Возьми от фруктов больше – по сравнению с предыдущей рецептурой.
** Клетчатка целого фрукта – в стакане 250 мл содержится такое же количество клетчатки (2,5 г), как в порции фруктов массой 120 г (для продукта «J7 Мультифрукт»).
*** Без добавленного сахара – содержит сахара природного (естественного) происхождения.

J7 Пользовательское соглашение
Copyright © 2019 Правообладатель.
ООО «ПепсиКо Холдингс» Все права защищены

Горячая линия: 8 800 500 77 37
Звонки по России бесплатно

Напишите нам

Утилизируйте правильно

YouTube icon



Целевая аудитория сока J7

– молодые женщины и мужчины (25-35 лет), которые любят активный отдых, путешествия, приключения. Они всегда в движении и ведут активный образ жизни.

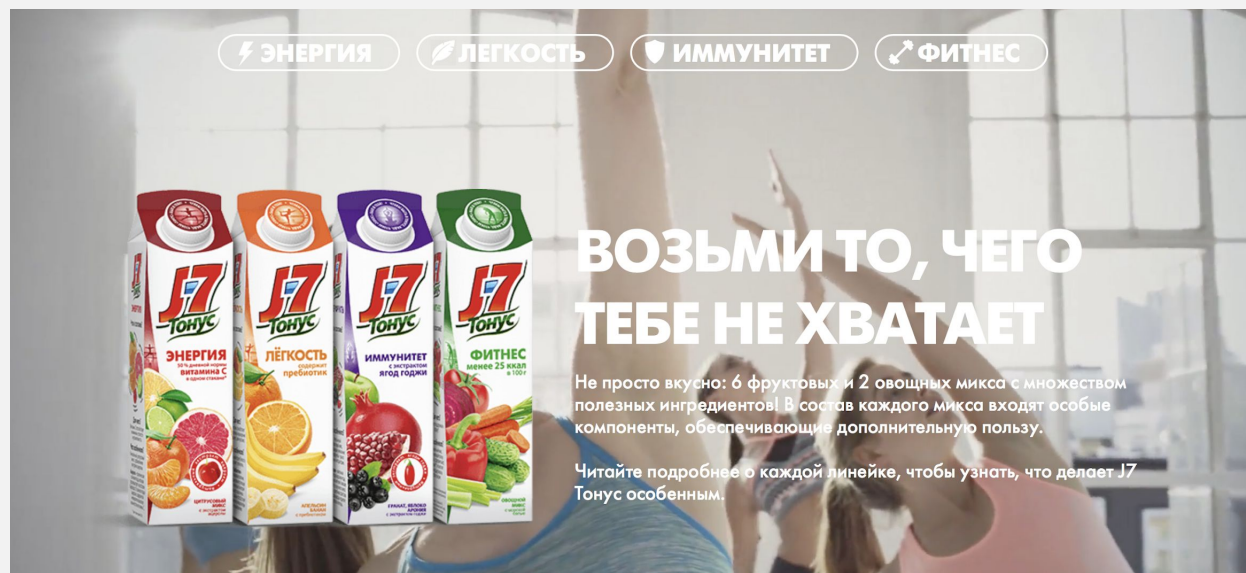
Компания всегда поддерживала свою аудиторию и хочет оставаться с ней на одной волне в постоянно движущемся современном мире, где каждый день появляются и угасают новые технологии, соцсети, звезды, увлечения и хобби. Так же, компания хочет поддерживать молодых людей в их развитии, поиске и реализации себя, а потому решила провести значительные изменения в работе компании.



А потому, с недавнего времени компания J7 набрала в свой штат новое поколение специалистов на всех отраслях производства и продажи соков J7. Данное решение позволит компании не только оставаться на одной волне с целевой аудиторией, понимать все новейшие тренды, вкусы и желания первыми, но и заявить о том, что компания поддерживает молодых людей и их самореализацию принимая н работу.

В качестве распространения информации о нововведениях, мной было предложено провести видеосъемку новых сотрудников, как имиджевое мероприятие для компании «J7». В качестве дополнительного усиления имиджевого эффекта, в качестве режиссера проекта было решено пригласить молодого, но уже известного видеохудожника со своим узнаваемым стилем – Полину Канис

ПЛАН ПРОВЕДЕНИЯ ВИДЕОСЪЕМКИ



1. Этап: Переговоры с заказчиком

Выясняем, что необходимо подготовить два формата видео. Короткий – телевизионный, и длинный – более подробный для размещения на сайте

2. Этап: Написание сценариев

Съемки должны пройти все этапы производства сока и показать, с какой радостью и энергией молодые специалисты работают как на заводе, так и в отделе продаж и стараются сделать наш продукт лучше изо дня в день для таких же как они сами.

3. Этап: Утверждение фирменного стиля бренда и режиссера, обязательных элементов, слоганов, фраз и тп.

4. Этап: Подбор технического оборудования и съемочной команды, состоящей из молодых ребят. Подготовка к съемке сотрудников компании.

5. Этап: Проведение съемочных смен

6. Этап: Монтажно-тонировочный период, сборка короткой и длинной версии видео.

7. Этап: Распространение имиджевого видео на телевидение и цифровых площадках, в личном блоге и портфолио видеохудожника, отправка видео на фестивали и конкурсы рекламы

8. Этап: Мировая слава, богатство и хороший имидж 😊

ПЕРСИК, ЯБЛОКО,
АПЕЛЬСИН С ПРЕБИОТИКОМ



0,9 л

1,45 л

АПЕЛЬСИН, БАНАН
С ПРЕБИОТИКОМ



0,9 л

1,45 л