

Проект: Нестандартное промо для компании TELE2

Агентство: ООО «Провокация», г. Омск, www.provokacia55.ru

Цель:

Презентация и продвижение специальных (VIP) услуг сотового оператора дискаунтера TELE2 на вечеринке премиум сегмента, а так же позиционирование компании в премиум сегменте.



Нашему агентству была поставлена непростая задача: презентовать услуги сотового оператора дискаунтера TELE2 гостям светской вечеринки, организованной одним из модных fashion-журналов города для своих рекламодателей.

В программе мероприятия, проводимого в загородном комплексе, планировалось модное дефиле (показы одежды, обуви и драгоценностей от бутиков города), выступления столичных звезд (Ирэна Панарошку, Николай Носков, диджей Smash), барбекю и дискотека.

Презентация услуг компании должна была органично вписаться в формат вечеринки, быть оригинальной, провокационной и в то же время ненавязчивой.

Целевая аудитория: VIP персоны города, владельцы собственного бизнеса, с доходом выше среднего.

Продвигаемые услуги:

1. Услуга «Красивые номера»
2. Услуга «Городские (короткие) номера»
3. Тариф «Ценокос», слоган: «Ничего лишнего»



Решение:

Для того чтобы вызвать интерес и внимание аудитории вечеринки, было решено представить все услуги нестандартно и включить их презентацию в первый блок программы – «Модное дефиле», когда все гости вечеринки будут собраны рядом с подиумом и не успеют еще рассредоточиться. Дефиле представляло собой показы различных брендов чередующиеся между собой.

Несмотря на популярность дефиле на светских вечеринках, хождение моделей по подиуму хоть и является безусловно приятным для взгляда, может немного утомить публику, если длится без перерывов. Мы решили использовать именно этот момент и сделать 3 оригинальных, провокационных перебивки в рамках дефиле, которые будут яркими, донесут необходимую информацию и запомнятся всем зрителям.

Для реализации идеи было разработано 3 «выхода» от компании TELE2, каждый из которых презентовал одну услугу. Каждый выход предварялся вступительным текстом в записи и завершался слоганом «TELE2. Просто дешевле».

Первый выход: услуга «Красивые номера»



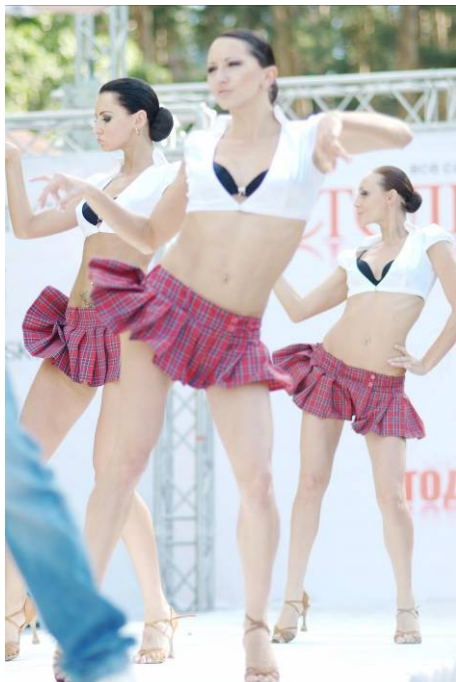
Текст: (томный женский голос) *«Красивые люди могут позволить себе красивую жизнь, красивую ночь и... красивый номер».*

На подиуме появлялись шикарные девушки танцовщицы, они исполняли очень притягательный «красивый» номер, демонстрируя зрителям настоящую красоту, которую каждый из гостей может себе позволить.

Тем самым проводилась параллель между женским магнетизмом и привлекательностью эксклюзивных красивых номеров.



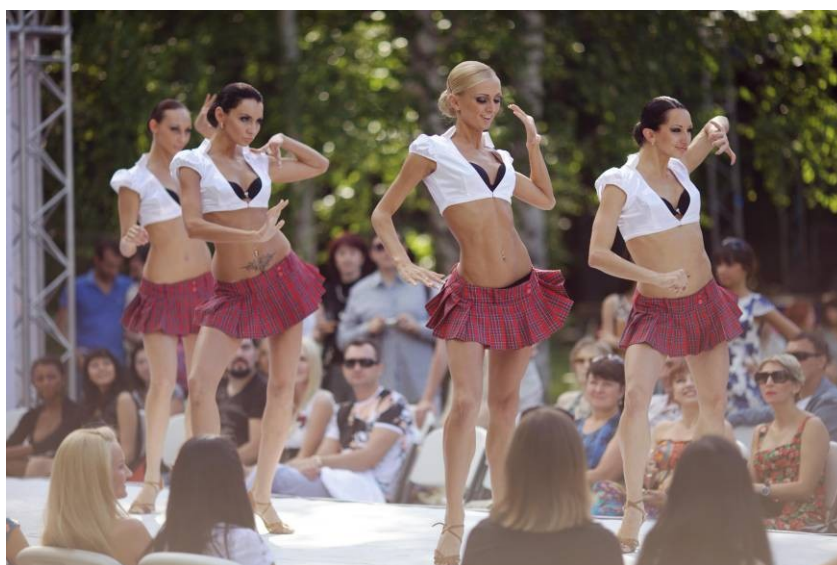
Второй выход «Городские (короткие) номера»



Текст (женский игривый голос): *«Когда отсутствие длины имеет значение? Когда это... короткий номер!»*

На подиуме снова появлялись красотки, они выглядели несколько обескуражено и явно кого то искали. Неожиданно под музыку в стиле городского фанка появлялись ребята – простые городские парни паркурщики, на майках у них вместо хулиганских принтов были изображены предлагаемые короткие номера.

Своими невероятными трюками они демонстрировали насколько круты «Городские номера». В конце номера «Городские» объединялись с «Красивыми» и отжигали по полной, вызывая неподдельные эмоции у гостей приятно удивленных неожиданным сюрпризом во время обычного модного показа.



Третий выход (финальный): «Ничего лишнего»



За два предыдущих выхода гости уже оценили идею, включились в игру и с интересом ждали следующего выхода от TELE2, сосредоточив все внимание на происходящем.

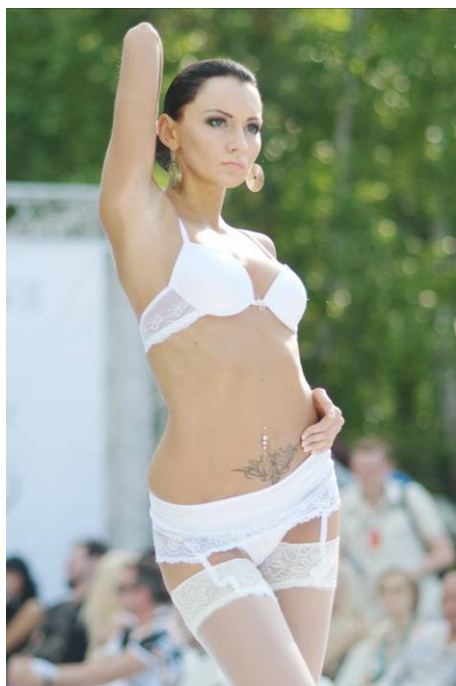
Роскошная девушка появлялась на сцене во всем белом, медленно и интригующе шагая по подиуму, на каждую фразу рекламного текста, произносимого томным мужским голосом, она снимала одну деталь одежды.

«Никаких лишних комиссий...» – браслет,

«Никаких лишних платежей» - перчатки и т.д.



На последнюю фразу одним движением руки она скидывала с себя платье, оставаясь в изящном нижнем белье. Мужской голос произносил: «Тариф «Ценокос» - ничего лишнего...» и девушка, бесспорно, без единого лишнего элемента, медленно покидала подиум, что привело в полный восторг всю мужскую половину собравшихся гостей, а так же безусловно заставило обратить внимание и дам.



Все услуги представленные во время выходов можно было подключить прямо на мероприятии обратившись к очаровательным девочкам консультантам, которые разгуливая на вечеринке в элегантных летних шляпках, были заметны издалека и имели при себе все необходимое для работы с клиентом.



Результат:

Реакция гостей была незамедлительной, после последнего выхода многие гости вечера (примечательно что и мужчины и женщины почти в равной степени) проявили интерес к услугам, тут же нашли консультантов и выбрали себе по красивому номеру, некоторые сразу подключили городской.

В атмосфере отдыха и праздника, получив заряд позитивного и нестандартного послания от компании, потенциальные клиенты тут же откликнулись на коммуникацию, воодушевившись свежестью и оригинальностью подхода, проявив интерес к услугам оператора. Событие получило огромный резонанс как на самом мероприятии, так и позже в городской VIP тусовке посредством WOM.

Таким образом, состоялось позиционирование компании в премиум сегменте. Все поставленные задачи были выполнены.