

20 лет шоколадным
батончикам компании
Mars в России



Бриф:

Обеспечить рост продаж категории шоколадных батончиков

Дополнительно:

Объединить в одной кампании все бренды шоколадных батончиков компании Mars

При этом, конечно:

Соответствовать каждому бренду-участнику в отдельности

А также:

Вернуть более старшую аудиторию, «выросшую» из батончиков, переставшую потреблять их

И, разумеется:

Не утратить релевантность для молодой аудитории

И, наконец:

Воспользоваться информационным поводом «Шоколадным батончикам в России исполняется 20 лет»

Т.е. все сразу... а это реально?

Оказалось – реально!

BBDO Moscow + TMA-Draft
представляют:

20 ЛЕТ В РОССИИ

Mars

SNICKERS

TWIX

BOUNTY

MilkyWay

Решение

**Вызвать у потребителей
ностальгию, связанную с
90-ми, вернув
шоколадным батончикам
статус
«предела мечтаний»**



Кампания стартовала
одновременно на всей
территории России.

Сентябрь
Ноябрь 2011

Каждый канал переносил
потребителя в то время,
когда он мечтал поскорее
вырасти и стать крутым...

Чтобы есть столько
батончиков, сколько
захочется.



ТВ ролики для различных аудиторий шоколадных батончиков Mars и Snickers стали точкой входа в реальность 90-х



**ПОДАРОК В КАЖДОЙ
ПАЧКЕ!**



Чтобы получить подарок:
- найдите код внутри упаковки
- зарегистрируйтесь код на СМС - номеру 2422 или на сайте www.promozhnet.ru

Упаковка приглашала
совершить путешествие
в прошлое

И обещала клёвые призы –
в каждой пачке

Промо-сайт
превратился
в машину
времени



где потребитель
мог вспомнить
музыкальные
хиты тех лет,



«оторваться»
в стилизованную
компьютерную игру



И забрать кусочек этой
реальности с собой, приняв участие
в промо активации



Найди код внутри
упаковки батончиков



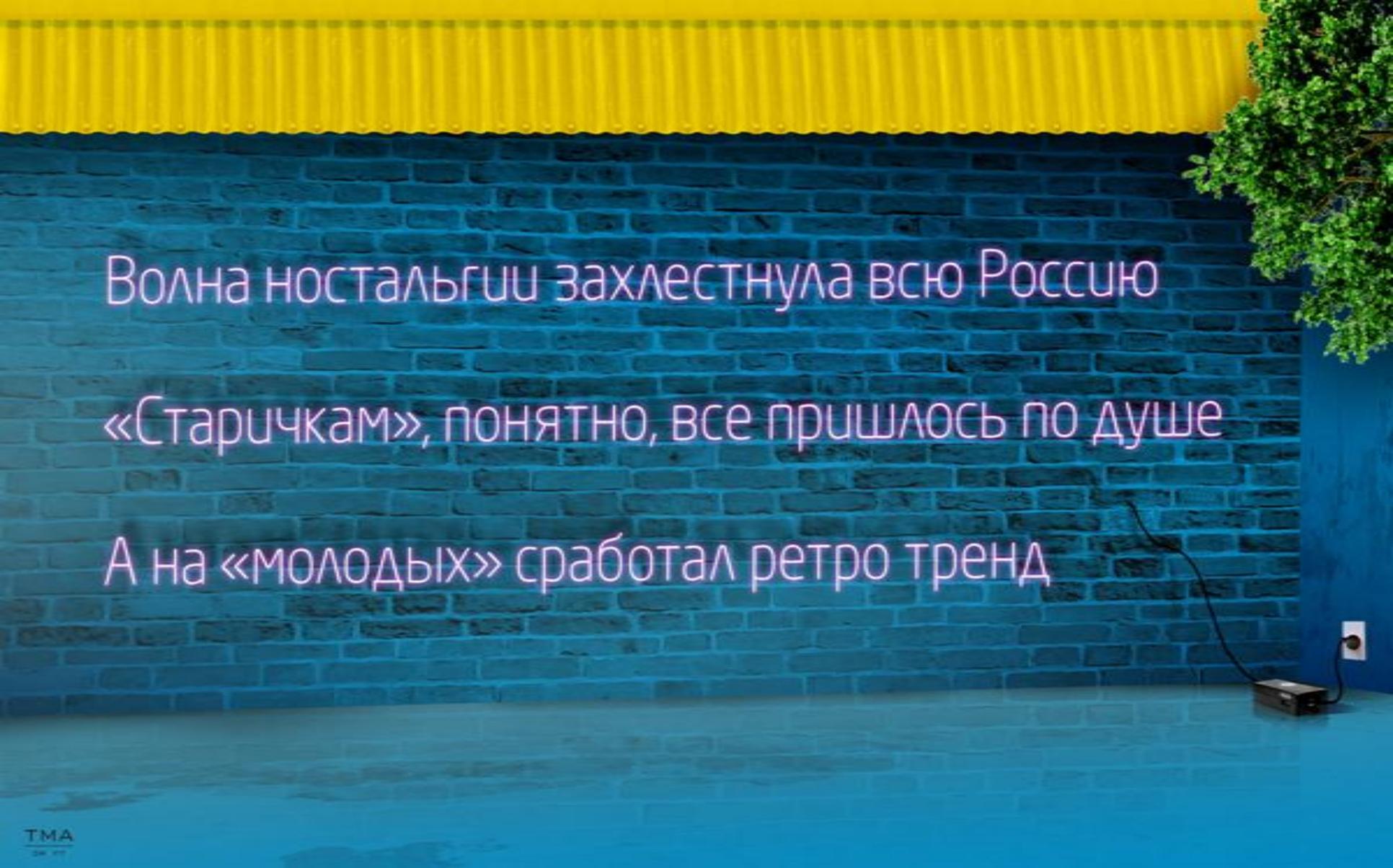
Отправь код через СМС
или введи на сайте



Получи один
из подарков

и заказав ретро призы





Волна ностальгии захлестнула всю Россию
«Старичкам», понятно, все пришлось по душе
А на «молодых» сработал ретро тренд

Количество участников
оказалось беспрецедентным

1,8 МИЛЛИОНА ЧЕЛОВЕК
в 5 раз выше, чем на аналогичных
масштабных кампаниях

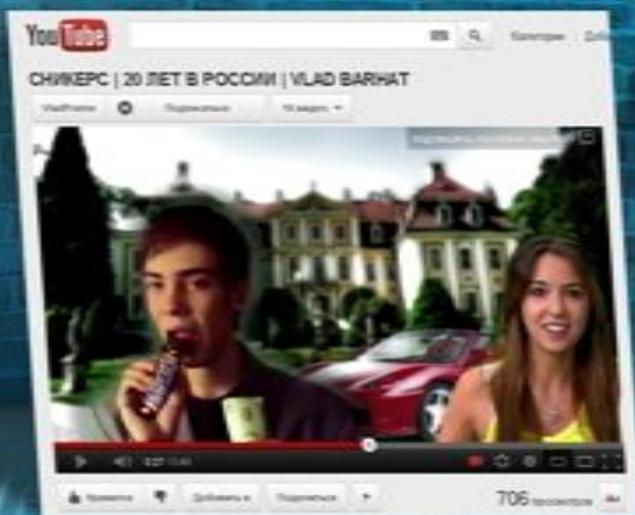
Ежедневно на сайт заходили

100 ТЫСЯЧ ЧЕЛОВЕК

в 10 раз больше посещаемости
аналогичных промо сайтов

Каждый посетитель сайта
проводил на нем в среднем
по **7** минут

Кампания получила стихийное
продолжение инициативой потребителей
Люди создавали свои версии роликов



Секрет успеха

Уникальный для страны и задач проекта стратегический инсайт

Сильное креативное воплощение

Желанные подарки, поддерживающие идею

Простая механика участия

Безукоризненная имплементация

Слаженная работа клиента и ведущих агентств на рынке

Грандиозный и по-настоящему интегрированный проект

ТВ ролик уже занял
первое место по итогам
года **2011**
По версии sostav.ru

А весь проект достоин гран при
конкурса **Идея!**

