

Балтимор

Креативная концепция продвижения
продукта

Алена Антипина
Студентка 2 курса
факультета прикладных
коммуникаций СПбГУ

Содержание

- * описание целей и задач
- * вывод конкурентных преимуществ
- * портрет целевой аудитории
- * описание рекламной стратегии по каналам коммуникации (ТВ, наружная реклама, радио, Интернет)
- * Креативная концепция



Основная информация

- * сроки кампании: конец апреля - май и далее - в течение июня-июля
- * Целевая аудитория - средний класс
- * географические рынки - Россия
- * увеличение интенсивности кампании в начале мая (начиная с 3-5 мая): берем во внимание посетителей, которые скоро возьмут во внимание мясо

Цели

- * повышение лояльности к бренду
- * повышение уровня продаж в краткосрочном периоде на 15-20 %
- * И чтобы все покупали «Балтимор» для своего божественного шашлыка!

Задачи

- * стимулирование сбыта
- * ATL реклама (ролики на ТВ, модули в прессе, ролики на радио)

Конкурентные преимущества

- * Наше УТП - благородный густой кетчуп, идеально подходит для выезда “**на зеленую**” и приготовления традиционного блюда майских праздников - **шашлыка!**
- * Наш кетчуп настолько **густой**, что вызывает еще **большой** аппетит, чем вид шашлыка!
- * Подходит для всей семьи, повышает авторитет **отца** (мужчины - традиционно хозяева шашлычной церемонии)

Портрет целевой аудитории

- * средний класс
- * возраст - 18-35+ (преимущественно мужчины)
- * доход - ниже среднего, средний
- * образование - среднее
- * рабочие, студенты вузов и ПУ, пенсионеры
- * сфера интересов: дом, быт, семья, события в стране и мире (узнают из новостей по ТВ), политика в России (часто проводят время за “кухонными разговорами” о насущном под бутылку хмельного напитка)
- * майские праздники и поездка на шашлыки - 2 святых и нераздельных вещи в жизни



Рекламная стратегия

Для большего охвата целевой аудитории (а это около 50% населения России) необходимо использование нескольких различных коммуникационных каналов

- *используем наружную рекламу (сити-формат 3x6 м в местах с повышенной проходимостью - на выходах из метро, в крупных транспортных узлах в регионах)
- *рекламные ролики на ТВ - сплитуем тематические и федеральные каналы для большего охвата
- *реклама на радио - даем ролики в часы "пик" (8:00-11:00 и 16:00-19:00 по 2 ролика за час). Для большей результативности сплитуем несколько охватных станций и "добиваем" тематическими и региональными
- *модули в прессе - в охватных газетах и журналах - Московский Комсомолец, АиФ, Комсомольская правда, Metro. Журналы: Лиза (самый охватный женский журнал), За рулем. Модуль в целую полосу, либо в 1/4 полосы.
- *реклама в Интернете - создание игровых flash-баннеров (к примеру, на Яндекс-почте: сценарий игры - стрельба бутылками кетчупа по движущимся шампурам с шашлыком. Слоган "заправь шашлычок!")

Креативная концепция 1

Видеоролик на ТВ

- ***Первые кадры** - счастливо уплетающая шашлыки у себя на даче семья, в центре стола - кетчуп, упаковка скрыта. Цвета яркие, тональность - позитивная; вокруг лето, легкий ветерок.
- *Следующие кадры - черно-белое изображение, грустная семья, все уныло ковыряют в тарелках неаппетитное мясо.
- *На белом фоне на экране фраза- «Найди 1 отличие...»
- *Опять картинка счастливой семьи, папа встает из-за стола, отвлекаясь от трапезы и говорит, приветливо беря со стола кетчуп и поворачивая его упаковкой на камеру: «Все просто - «Балтимор». И твой шашлык оценит вся семья»
- *Следующий кадр, мама крупным планом, говорит: «и не только!» → кадр на собаке, уплетающей сочное мясо.
- ***Пэкшот** (на размытом фоне предыдущей картинки с семьей). Слоган - «Балтимор» - лучший друг шашлыка!

Креативная концепция 2

Игровой Flash-баннер в интернете

***Концепция** - привлечь внимание пользователя интернет-ресурса. Делаем ссылку на сайт рекламодателя, желательно сразу на страницу с ассортиментом

***Размеры** - 5x7 см

***Сценарий игры:** при открытии страницы на баннере открываются импровизированные деревянные двери (как в барах из фильмов про Дикий Запад). Видим, что в центре баннера на фоне зеленой травы на шампуре крутится в разные стороны аппетитный шашлык. Над шашлыком появляется мигающая надпись: «Заправь шашлычок!». При наводе курсора мыши на баннер, курсор становится красным пятном кетчупа. При попадании (=клике) на шашлык на баннере появляется всплеск кетчупа (большое пятно), разрастается во весь размер, на этом фоне - пакшот и слоган: «Стань гуру шашлыка вместе с «Балтимор»». Внизу мигающая стрелка, указывающая на маленькую бутылочку кетчупа - в ней гиперссылка на сайт.

Креативная концепция 3

Наружная реклама

***Суперсайт** 3x6 м

***Цель** - привлечь внимание к продукту

***Концепция** - показать, что на майские праздники в поездке «на зеленую» никому не обойтись без кетчупа «**Балтимор**»



«Балтимор» – джентльменский набор
твоего шашлыка

Креативная концепция 4

Модули в прессе

- ***Цель** - привлечение внимания к продукту, как следствие - повышение продаж и уровня лояльности к бренду
- ***Концепция** - «Балтимор» - кетчуп для настоящих мужиков. Размещаем в тематических журналах и широкоохватных изданиях
- ***Вид**: большая белая пустая тарелка, на которой заметны лишь остатки кетчупа и след от пальца, недавно его слизавшего. Текст под тарелкой (слева - изображение бутылки кетчупа; справа - текст): «Балтимор». **Лучше уже не будет»** или «Балтимор». **Лучше и быть не могло»**

Креативная концепция 5

Ролик на радио

*15-ти секундный ролик

***Цель** - напомнить о наступающих праздниках (в апреле-мае), что их незаменимым спутником является «**Балтимор**»

Радиоролик. Сценарий

1-2 секунды - вопросительно кричит ребенок (девочка): «Папа! Что это за соус?»

2-6 секунды - голос жены: «Это самый вкусный шашлык в моей жизни!»

6-9 секунды - папа серьезным голосом отвечает: «Я не раскрываю мужских секретов». Шум на фоне прекращается в течение секунды.

10-15 секунды - приятный мужской голос: «**Балтимор**» - возбуждаем аппетит...» далее голос девочки: «и интерес!», снова мужской: «...с тысяча девятьсот девяносто пятого года».

Реклама ВКонтакте

В КОНТАКТЕ

Поиск

150

люди

сообщества

игры

музыка

помощь

выйти

Моя Страница ред.

Мои Друзья

Мои Фотографии

Мои Видеозаписи

Мои Аудиозаписи

Мои Сообщения

Мои Заметки

Мои Группы

Мои Новости

Мои Закладки

Мои Настройки

Приложения

Документы

Реклама

Помоги
Депардье...
baltimor.ru



Разобраться в еде!

Что это?

Online



"Нормально делаешь, нормально будет" (с)

День рождения:

Родной город:

Языки:

Братья, сестры:

[Показать подробную информацию](#)

2420 фотографий

[добавить фотографии](#)

[Редактировать страницу](#)

Фотографии со мной



Видеозаписи со мной



Мои подарки



Мои подписчики



17 подарков

[скрыть](#)



Друзья

[обновления](#)

553 друга

8119 записей

Что у Вас нового?



Online



[Ресторан Палермо, Банкеты, Свадьбы, Выпу...](#)

6 апр 2013 в 21:35

[О еде]

Песто - популярный соус итальянской кухни на основе оливкового масла, базилика и сыра. Наиболее часто песто применяется с пастой, при приготовлении супов, с крекерами или намазывается на хлеб.

А вот и рецепт!

..

Вопросы?

* Предложения?

Контакты:

+7 921 422 00 26

Ale-antipi@yandex.ru

**Thank you for your
attention!**

