



**«Рецептов много...
Кетчуп «Балтимор» – один!»**



Работу выполнила:
Сарычева Алина, студентка 1 курса ВШЖиМК



Цель работы:



Позиционировать кетчупы «**Балтимор**» как незаменимое дополнение к традиционному шашлыку.



Повысить лояльность целевой аудитории данной кампании (**мужчины 25-35 лет**) к продукции бренда.



Особенности ЦА:



**Мужчина-семьянин,
хозяйственный, практичный**



Любит делать что-то своими руками.
Компанейский, общительный.





Шашлык -

«Коронное блюдо» настоящего мужчины.

Каждый готовит его по-своему и считает **свой рецепт** уникальным. Готовое блюдо – предмет гордости.

Объединяет все способы и рецепты то, что идеальным дополнением к шашлыку является **кетчуп «Балтимор»** - единственный в своем роде.



Рекламная кампания



Слоган: «Рецептов много, кетчуп «Балтимор» – один!»

В рамках рекламной кампании предполагается создание и размещение в СМИ **TV-роликов**, постеров, печатной рекламы, связанных единой концепцией и сюжетом.



Концепция TV-роликов

- Камера, расположенная со стороны полки супермаркета, снимает **мужчину** (разные ролики – разные типажи: спортсмен, добродушный толстяк, отец семейства, мужчина среднего возраста, интеллектурал - один персонаж – один ролик), достающего с нее некий товар (не попадает в кадр).
- Звучит **закадровый голос героя ролика** (голоса также разные): **«Майонез...», «Уксус...», «Приправы...», «Вино...»** (каждый герой называет некий ингредиент, необходимый для приготовления маринада для шашлыка).
- Кадр: дымящийся шашлык на мангале. Закадровый голос: **«Рецептов много...»**
- Кадр: герой берет с полки кетчуп **«Балтимор»**. Закадровый голос: **«...а кетчуп «Балтимор – один!»**. Ролик завершается кадром с представлением линейки кетчупов «Балтимор».



- Приправы... Уксус...



- Рецептов шашлыка - много!



...а кетчуп «Балтимор» - один!



Эскизы раскадровки TV-ролика



Рекламные постеры (перекликаются с видеороликами)

- На постере: **гордые мужчины**, демонстрирующие итоги своих стараний на мангале, на больших тарелках, блюдах радостным членам семьи, друзьям, детям, любимым девушкам – разные ситуации, типажи и обстоятельства.
- На заднем плане – **дача** (традиционное место для пикника с шашлыком), **речной берег**, **лес с палатками** и т.д.
- В руке у героя бутылка **кетчупа «Балтимор»**. Фото упаковки кетчупа продублировано на переднем плане с подписью: **«Шашлыки бывают разные... А кетчуп «Балтимор» – один!»**



**Эскиз
постера**

**Шашлыки бывают
разные...**

Кетчуп  **БАЛТИМОР®** **ОДИН!**





ВТL-акции:



Организация раздачи подарков за покупку кетчупа «Балтимор» – мужские фартуки с надписью «лучший повар», сумки для пикника, складные мангалы, походные термосы и т.д. – связанные с культурой загородного отдыха и/или приготовления шашлыка.



«Мужские» подарки с символикой «Балтимор»



Рекламные носители

Учитывая специфику целевой аудитории, можно сделать вывод, что эффективными в данном случае могут быть также такие виды рекламных носителей, как:

- **баннеры** (например, с анимацией ключевых кадров ТВ-ролика) на развлекательных сайтах или мужских порталах;
- а так же **транзитная реклама** – размещение рекламных материалов на различных видах наземного **транспорта** (т.к. мужчины, вероятнее всего, водят машину, шанс заметить такую рекламу на городских улицах для них возрастает).