

Scoala ADC*RO

Gabriel Boldis

Print

////////////////////////////////////

Brief : Prajiturile Dulcissimo, exclusiv feminin

Concept: Femele într-o lume majoritar masculină, vor rămâne femei

////////////////////////////////////

Amata

Imaginea ne arată un pluton militar în poziție de drept, crispă și "bațoș"
O femeie din pluton zâmbește camerei.

Headline: Barbații nu înțeleg dulcele. Iar tu nu vei uita să fii femeie



Spot TV

=====
Brief : Toshiba Portege R500, cel mai usor laptop performant.

Concept: Un laptop contine un intreg univers personal. Toshiba Portege este un intreg univers "la purtator"

=====

La plajă (animatie)

Un tanar apare pe o plaja. E vars. Are o atitudine sanina si pare o persoana increzatoare si puternica. E imbracat usor si dusa cu lejeritate pe umar o geanta mai mare, asortata momentului, mancand in acelasi timp o inghetata.

Dupa el apar, pe rand: un grup de persoane pestrite, urbane, de diverse clase sociale; un grup de tineri beachballati (insa nu sportivi de performanta); un cuplu in vanita; cativa ozevati medievali; cativa persoane imbracate precum prezentatorii de stiri (eventual cu fol in mana); vreo 2-3 grupuri rock, miiste sau unicele, impreuna cu publicul aferent; un dj; o echipa de fotbal; un grup de tineri imbracati in stilul corporate wanna be, liderati de un personaj mai varetnic si cu figura severa; un grup de pinguiti; alina de personaje de animate; cativa roboti din razboiul Stelelor; actorii unor alior filme cunoscute imbracati cu hainele de reuzita; cativa politici, un grup aviatori si de stewardese etc.

Toti se vor esca la final pe plaja, pe joa, amestecati cu alite persoane afiate deja acolo.

Aszat pe un sezlong la umbra, tanarul se uita satisfacut in jurul sau. Unui din personajele din grupul anumerat inalina (personajul varetnic cu figura severa) il priveste inapoi si in secunda urmatoara priveste in sus o minga de jucarie; in afara depesarii osului, nu are o alta reactie.

tanarul iei incearca la fel de satisfacut privrea si priveste marea.Cadru cu notebookul Toshiba si logoul Intel Dual, aflat in bratele tanarului.

BVVO Noul notebook Toshiba Portege de doar 700 de grame, este un calculator puternic ce poate stoca si procesa simultan tot necesarul tau de informatii. Si este mai portabil decat multe alite calculatoare portabile.

Cadru general cu plaja.

Azi un notebook Toshiba are doar 700 de grame. Maigne cine este.

Packshot final: Toshiba, Leading Innovation

Poster

Brief : SMINT WHITE - Pastile care ti albesc dintii

Concept: Nu vrei sa ascunzi niste dinti atat de albi

Burka

Imagine cu o femeie musulmana imbracata intr-o burka, vestimentul este afasat in zona gurii (sau poate avea o taletura stenta) pentru a lasa ea sa se vada gura cu dinti albi si frumoși

Headline: Smint Alb. Nu poti sa-i tii ascunsi



Imaginea a unui burka



Propunere ascultă

Radio

////////////////////////////////////

Brief : Parcul Botanic, beneficiile leșilor în aer liber

Concept: Parcul botanic este un medicament anti-stress

////////////////////////////////////

Fara prescriptii

FX urban, trafic, disonans. Voce de la radio, va arata un medicament cercora, si va spune foarte repede tipicul surut de dupa fiecare medicament ce necesita prescriptie medicala "acest produs se poate elibera fara prescriptie medicala. Se recomanda citirea cu atentie a prospectului. Daca apar manifestari neplacute, adresati-va medicului sau farmacistului"

Unica.

MVO: Te-ai gandit la un produs anti-stress care sa se elibereze fara prescriptie medicala?...
Un produs la care sa nu fi nevoit sa-l citesti, cu atentie, prospectul? Sa mai mult, un produs fara prospect?...
Un produs fara efecte secundare, fara manifestari neplacute, fara recomandari medicului si nici ale farmacistului?

Fx urban + FX parc, natura (elene, in plan secund, ce se estompeaza usor)

MVO: Te-ai gandit la Parcul Botanic?...

Doar FX natura

MVO: Un spatiu spectaculos si verde, in chiar centrul Bucurestului.
Un loc linistit si cu aer curat, unde sa tei cand vrei tu, cand simti tu nevoia.

Parcul Botanic - un produs anti-stress, fara prescriptie medicala.

* Voce eleganta, de barbat matur, egala ca ton dar nu indiferenta, care sa accentueze calitatile fara banalizata.

Outdoor

Brief :Yale, Cea mai sigura Includtoare

Concept: Yale este o companie de peza si protectie

Obiectiv protejat Yale

Bilboardul va contine imaginea unei ferestre (termopan)pe care va fi lipit un autocolant Yale, Obiectiv protejat



Propuneri de locatie autocolan si bilboardi



Campanie neconvențională

=====

Brief : Campanie de lansare a noului album al lui Romeo Fantastik

Concept: Fi pentru o zi Romeo Fantastik

=====

Rezolvare

Se vor selecta utilizatori activi de net, cu materiale urcate pe youtube și/sau alte situri gen trilulu.ro, fanatici ai manelelor și defensori ai acestora.

Exemplu: <http://www.youtube.com/user/gil23>

Respectivii, 2 câte 2 vor fi tratați pentru o zi regești. Se vor deplasa exclusiv cu limuzina. Persoanele implicate li se vor adresa elogios, în terminologia specifică.

Cum tematica este sexual, vor avea parte de multe servicii specifice, oferite de persoane cu o înaltă calificare profesională. Seara li se va organiza o cină cu totul și cu totul specială, în care se vor întâlni cu Regele însuși, care și el le va oferi un concert cu totul și cu totul special. Apăsa, din nou, se va termina neapărat cu o orgie sexuală.

Campania poate dura 10-15 zile, cu 2 invitați pe seara sașilor, cărora li se va permite să filmeze ceea ce au văzut. În același timp vor fi editate materialele video de la această întâlnire pe toate serverele p2p, cu rezumate incitante, iar nu explicite, filmate și editate de unul dintre cele mai de succes studio de producție video din lumea manelelor, oricare ar fi acesta.

Într-o a doua fază, o serie de 10-15 invitații, sau taloane care se vor trage la sorti, vor fi introduse în dvd-urile și cd-urile la vânzare, ca să dea posibilitatea și cumpărătorilor finali să fie la fel de coplesiti.

On-line

=====
Brief : Campanie de vanzari pentru Smart FourTwo.

Concept Smart, soluti la trafic, chiar si la traficul on-line

=====
Smart 4.2.

Nu doar traficul auto se vede afectat de supra-populare, dar si traficul on-line, unde zi de zi apar tot mai multi utilizatori ce coboara muzica, sile filmulete si poze, duc o activitate febrila. Pe de alta parte jocurile on line devin din ce in ce mai complexe, si necesita rate tot mai mari de transfer. Toate acestea duc la blocaje de retea care se resimt de obicei seara.

Solutie: crearea, cumpararea sau intrarea in parteneriat cu o sarla de programe ce ofera soluti la traficul de date on-line. Un speed-downloader, un program utilitar de genul Tune-Up PC (pentru imbunatatirea registrilor, stergerea fisierelor temporale, gasirea unui echilibru intre estetica windows-ului si performantele lui), un organizator de bookmarks-uri si pagini favorite, un centralizator de stiri (meteo, concerte, spectacole, filme si muzica, optional politica si economie)

Toate aceste programe vor fi incluse generic sub denumirea de Smart 4.2.

Vor fi date la testare de catre IT de specialitate- CHp Computer MAgazin sau PC World, al de preferinta vor fi premiata :)

Se vor descarca gratis atat din paginile de net ale respectivelor publicatii, cat si de pe Softpedia.ro, unde vor fi puse in fata si marcate ca top 10-downloading.

Va exista, evident, o pagina proprie a acestor programe marca Smart, unde va putea fi explicat conceptul si demersul campaniei, ca venit din partea unor "experti in trafic".

Mandatory-ul Vino la showroom si testeaza un Smart se va regasi atat in pagina web a acestor programe, dar mai ales la instalarea lor.

Punctual, vor exista actualizari ale acestor programe, iar mesajul acesta (sau altul) va putea fi repetat.

Campanie print

////////////////////////////////////

Brief :Armstrong Coffee, cafeaua care te trezeste

Concept: Fara Armstrong, diminetile pot parea un coasmar

////////////////////////////////////

Monstri

Imagine "first person", la micul dejun, in prezenta familiei, sau doar a prietenului/prietanei. acestia par niste monstri.

Headline: Revino-ti!

////////////////////////////////////

Trafic

Imagine "first person" in trafic. Prin parbrizul masinii se vad doar roti de monster-truck, senile de tank, roti de dumpere

Headline: Revino-ti!

////////////////////////////////////

Bircu

Imagine first person. De dincolo de monitor, o persoana cu capul unui animal ciudat adreseaza cateva cuvinte privitorului

Headline: Revino-ti!

Campanie TV

////////////////////////////////////

Brief : Laptele UHT, dureaza mult mai mult decat te-ai astepta de la lapte

Concept: Deși este un produs organic, laptele UHT nu se degradează și nici nu se transformă.

////////////////////////////////////

Pulul de galna:

Decor minimalist. Pe o masa alba, goala, se vor afla cateva oua iar in mijloc cutie Tetrapak.

BVO: La cateva zile de la cumparare, un ou se poate strica.
Sau, cu puțin noroc și un pic de caldura, după trei săptămâni va deveni albuș.

Un ou din cele stricate pe masa începe să se transforme, începe să vibreze și brusc începe să se spargă coaja, ca să se spere un pul.

BVO: Laptele UHT se va păstra înec intact jumătate de an, chiar dacă va fi finit în sfârșit frigiderului.

Celelalte oua încep să se spargă la gramada, ca să se spere tot felul de pul.

BVO: Pe www.tetrapack.com poți vedea de ce laptele UHT durează mult mai mult decât te-ai aștepta de la lapte

Campanie Integrată

Brief: Decongestionarea traficului în Capitală. Să se facă cunoscut conceptul de "shared car"

Concept: Să-ți împarți mașina e distractiv

Logoul campaniei: o mașină veșnică de sus, cu cele 4 uși deschise

Medii de difuzare: tv, presa, radio, outdoor și internet; diverse activități sociale

Televiziune:

Dezbateri medic:

Ve comentează foarte mult sportul realizatilor în presa și radio, care se vorbește în emisiuni despre cazurile în care inițiativele similare au avut succes și funcționează și astăzi în alte țări europene. În Spania spre exemplu se merge la lucru "la comun", respectiv se rotește 2-3 sau chiar 4 colegi, la fiecare o săptămână de muncă. Există un model asemănător în Germania, și presupun că nu se opoartă în toate cazurile.

Să se vorbească faptul că "și la noi", s-a început în un moment dat parcul de mașini, și că se există oarecând care nu au făcut încă acest fenomen. În atunci soluția a fost împarțitul mașinii. Să se sublinieze economiile ce s-au realizat, plus avantajele coeziunii sociale.

Spoturi TV:

Spoturile TV vor fi realizate sub formă de interviu. Interviu vor fi într-o primă parte a campaniei, persoana publică cunoscută: fotbalist, artist, cântăreț la modă. Într-o a doua parte a campaniei - persoane obișnuite.

Model de interviu:

vo: ce mașină ai?
xoc: Audi A4/porsche/buick etc etc

vo: țară și ce faci?

Interviu cu mașina - serie de imagini

xoc: Oh, ce nu faci...
vo: și unde-ți mă-ți poți aminti?

xoc: Nu, am înțeles-o peșea de data asta. Săptămâna asta am venit în antrenament (la repetiție, la studio-etc etc) cu un coleg. am zile să ajutăm și noi să fim mai puțin în trafic. În plus mai răd, mai schimb o vorbă...