

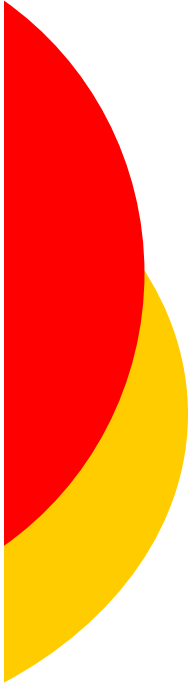


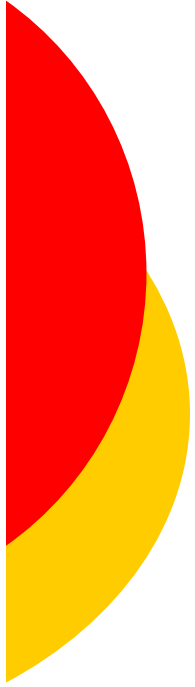
Portofoliu
Simina Diaconu



Print Dulcissimo

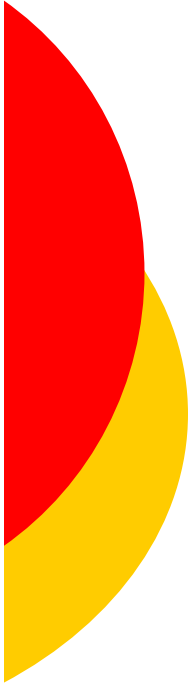
Concept: La supărare, bărbații beau, femeile mănâncă dulciuri. Acest comportament specific femeilor va fi asociat cu biscuiții Dulcissimo.





Spot TV Toshiba Portege R500

Concept: Toshiba Portege e atât de ușor
că ai putea crede că lipsește din cutie.



Spot TV 30"

Un bărbat intră în casă, își pupă soția și o întreabă, mândru, în timp ce se descalță, dezbracă etc:

El (pe un ton voios): *Ai văzut laptopul? Îți place?*

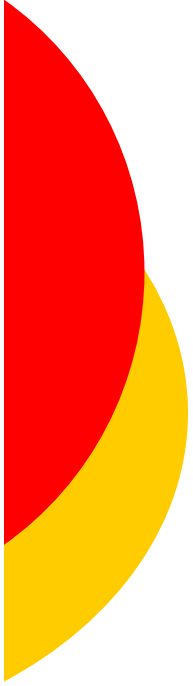
Ea (pe canapea, se uită la tv, fumează. Explică): *Nu, am văzut doar cutia. Am dus-o la ghenă.*

El (contrariat): *Păi cum nu l-ai văzut dacă ai aruncat cutia?*

Ea (enervată, cu o umbră de fatalitate): *Păi unde era, în cutie?*

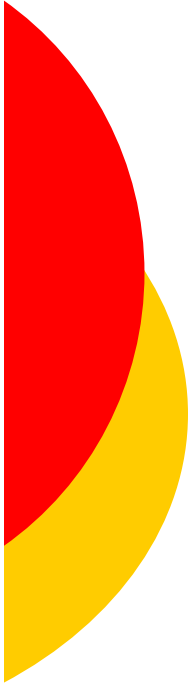
El: (holbează ochii la ea, rămâne mut) ...

Packshot: MVO: Toshiba Portege R500. Doar 700 de game.



Spot radio Parcul Botanic din București

Concept: Parcul Botanic din București este un spațiu liniștitor, relaxant, a cărui ambianță îi face pe oameni să zâmbescă. E un loc ușor accesibil, în centrul Bucureștiului, în care te refaci psihic.



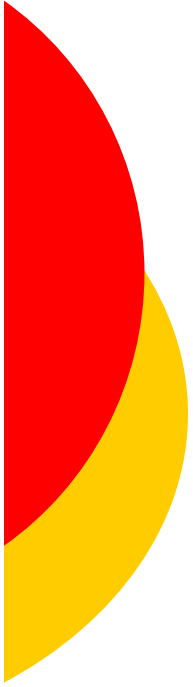
Spot 30"

FVO (voce caldă, zâmbitoare)

Zâmbetele nu se aud. Ți le poți doar imagina.

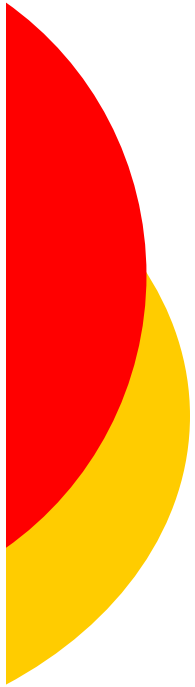
Zâmbete pe bicicletă, un zâmbet care bea limonadă pe terasă, zâmbete admirative în Muzeul Pământului, două zâmbete sărutându-se, un zâmbet ascuns după un tufiș, gata-gata să explodeze în râs.

(aceeași voce, hotărâtă, voioasă) Sau, decât să-ți imaginezi toate aceste zâmbete, mai bine vino să le vezi și să le raspunzi, în Parcul Botanic din centrul Bucureștiului.



Poster Smint White

Concept: Smint White albește dinții atât de mult încât devin o sursă de lumină.



„Bunicuțo, de ce ai dinții atât de albi?”

„Ca să te văd mai bine.”



Dinți strălucitori.



Outdoor Yale

Am ales ca tip de outdoor un **bus shelter**.

Concept: Să cedeze o încuietoare Yale este la fel de imposibil ca un porc să zboare (și altele considerate în general imposibile).

SENZAȚIONAL!!!!

UN ZIAR DE MARE SENZAȚIE
numai 1 RON

UN HOȚ A REUȘIT SĂ SPARGĂ O YALĂ!

aseara, intr-un renumit cartier bucurestean, casa prestigiosului cantaret de muzica de voie-buna si tristete amara, multimiliardar in toate valutele, posesorul unei vile cu 18 livinguri si un dus, s-a petrecut un act nemaintalnit si, deci, senzational. usa din aur masiv a cantaretului, dotata cu ultimul tip de incuietori YALE, a fost sparta de un hotoman, un netrebnic, o scursura a societatii, ce mai! urmariti isoria incendiara in pagina 5 a reputatului nostru ziar.



O TURMĂ DE PORCI A FOST VĂZUTĂ ZBURÂND PE DEASUPRA BUCUREȘTIULUI

bla, bla, va dati seama cum aratau strazile dupa ce au survolat porcii. detalii rasfold Sensational.

BISERICA ORTODOXĂ ROMÂNĂ RECUNOAȘTE CĂSĂTORIILE ÎNTRE PERSOANELE DE ACELAȘI SEX

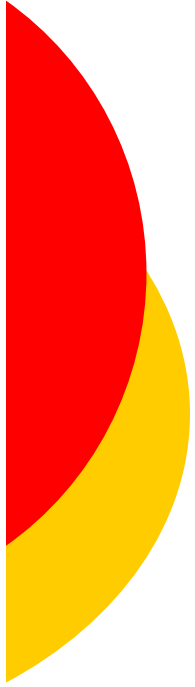
datorita lobbyului puternic facut de organizatia caritabila noua dreapta, impreuna cu elegantele galerii de fotbal bucurestene care pe aceasta cale s-au infratit, homosexualii romani isi vor putea purta de acum inainte cu mandrie si la vedere verighetetele. detalii in pagina culturala a prestigiosului ziar Sensational.



PATAPIEVICI S-A ÎNSCRIS ÎN PRM

prin sinergia faptelor irefutabil interpretate prin natura psihokinegetica, sarmisegetuziana si sa nu uitam si de cioran in textul asta, baiatul cu papion s-a coalizat cu jos mafia, sus patria! detalii nu avem.





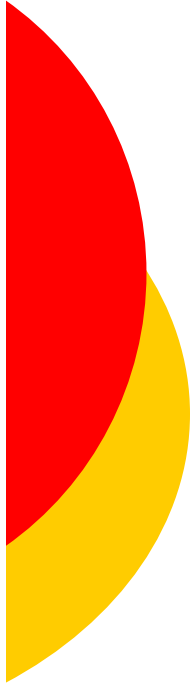
Neconvențional Romeo Fantastick

Concept: Bărbații sunt preocupați de dimensiuni și durate. Romeo se poate lăuda cu amândouă, dar le poate prezenta în melodiile sale ca pe o sursă de belele, amuzându-i pe ascultători.

Albumul va fi alcătuit din povești porno amuzante, pozne porno.

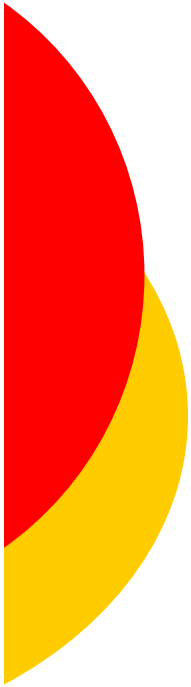
Albumul se va numi „Lungimea, boală grea”

Se va organiza un concurs de scurtmetraje porno. Premiul va fi o coroană de aur de pus pe... și o zi cu Alina Plugaru. Scurtmetrajele câștigătoare vor fi incluse pe album.



Online Smart

Concept: Smart e o mașină care poate fi condusă în orice mediu, chiar și pe net, și în orice mediu își dovedește avantajele.



Un site care să fie un fel de școală de șoferi online. Targetul sunt oamenii tineri care au mai condus, dar nu au mașină. Chiar dacă au carnet sau nu, dat fiind că, neavând mașină, conduc rar, o școală online le-ar fi de folos. Userul parcurge un traseu alături de un instructor. Totul se vede din perspectiva șoferului: bordul de Smart și tot ce ar vedea un șofer de Smart din mașină și din decor. Pe parcursul traseului instructorul îi povestește despre dotările Smart pe care șoferul le folosește când conduce, îi indică diverse manevre când șoferul e blocat în trafic, manevre de strecurare care numai cu Smart pot fi făcute. Pe parcursul traseului, apar și alte mașini printre care și alte Smart conduse de ceilalți utilizatori de pe site care fac traseul în același timp (sunt de fapt mai multe trasee), astfel utilizatorii pot interacționa și între ei.

O astfel de școală-joc ar fi utilă pentru cei care nu au condus foarte mult, i-ar familiariza pe useri cu mașina, i-ar ține mult timp pe site.

La sfârșitul „jocului” să-ți apară o fereastră în care să-ți faci programare la drive test.

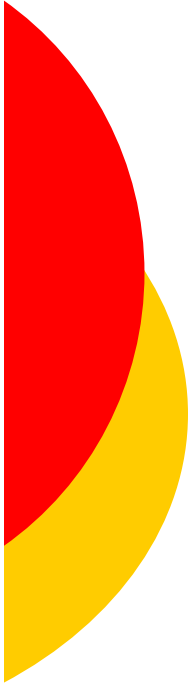
Pe site va fi și o secțiune cu un filmuleț cu un Smart real care să arate cum poți să te strecuri cu Smart pe traseul Unirii - Romană, la ora 6 după-amiază. Va fi o cursă în trafic. Șoferul va fi un pilot de curse celebru (de exemplu Hamilton).

Se va face un concurs, șoferul de Smart care va reuși să facă același traseu, la aceeași oră, în timpul cel mai scurt castigă o revizie gratuită. Pentru participarea la concurs, se vor încărca pe site filmările celor care au participat la concurs (filmările din trafic).

Și, dacă e posibil:

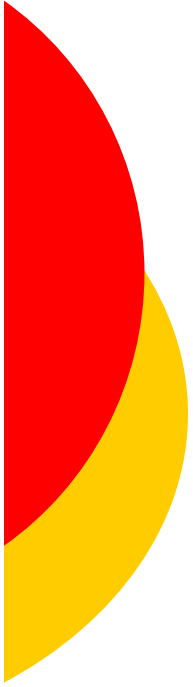
Un progrămel care să îți strecoare un spot audio pentru Smart în playlistul de Winamp.

Progrămelul să fie luat automat când intri pe un site cu anunțuri de vânzare-cumpărare de mașini. Spotul să fie amuzant, să se lege de contextul în care e ascultat (surpriza pe care o produce) și să trimită la site.

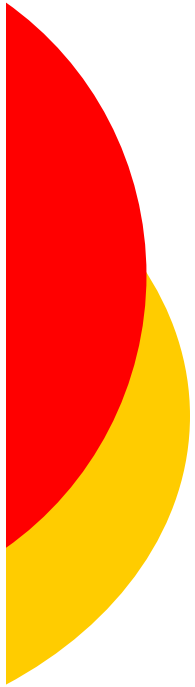


Campanie Print Armstrong Coffee

Concept: Consecințele somnului în momente nepotrivite pot fi grave. Le poți evita dacă bei Armstrong Coffee.



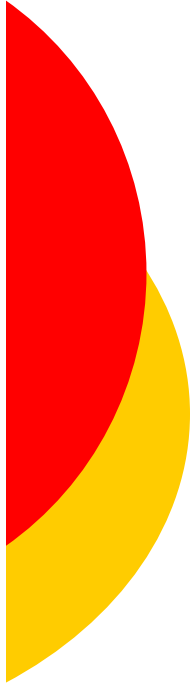
Nu s-ar fi întâmplat dacă ai fi băut Armstrong Coffee.



Nu s-ar fi întâmplat dacă ai fi băut Armstrong Coffee.



Nu s-ar fi întâmplat dacă ai fi băut Armstrong Coffee.



Campanie TV Lapte UHT

Concept: Termenul de valabilitate al unui produs e ca un deadline pentru consumator (alimentul trebuie mâncat până la o anumită dată). Din perspectiva asta, laptele UHT dă cel mai relaxat deadline: 6 luni.



În cele trei spoturi apar aceleași două personaje, un băiat și o fată în jur de 25 de ani.

Spot1 15"

Într-o sufragerie, pe birou un laptop deschis și multe hârtii. Fata și băiatul se plimbă nervos prin cameră. Ea se oprește, i se adresează. Când îi răspunde, se oprește și el. Amândoi au o mimică disperată.

Ea (crizată): *Dacă nu termin proiectul până mâine, mă dau afară!*

El (la fel de crizat): *Dacă nu beau laptele în 6 luni, expiră!*

Ea (încruntându-se consternată spre el): *Ceee????*

Packshot MVO: Laptele UHT. Cel mai relaxat deadline!



Spot2 15"

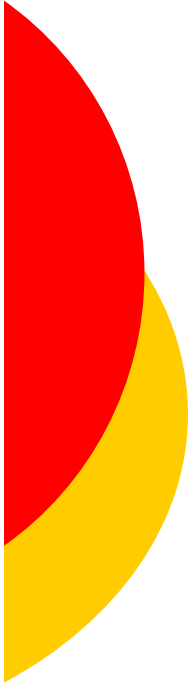
Aceeași sufragerie, pe birou o foaie de hârtie cu nume de persoane tăiate în diagonală cu roșu. Fata și băiatul se plimbă nervos prin cameră (ea are un mobil în mână). Ea se oprește, i se adresează. Când îi răspunde, se oprește și el. Amândoi au o mimică disperată.

Ea (crizată): *Dacă nu am banii până mâine, mă dă în judecată!*

El (la fel de crizat): *Dacă nu beau laptele în 6 luni, expiră!*

Ea (încruntându-se consternată spre el): *Ceee????*

Packshot MVO: Laptele UHT. Cel mai relaxat deadline!



Spot3 15"

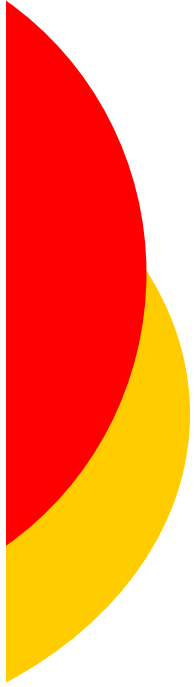
Aceeași sufragerie, toate lucrurile sunt răvășite, hârtii vrașite peste tot. Ea scotocește prin sertarele biroului, se întoarce apoi spre el, i se adresează. El se plimba nervos prin cameră, se oprește și îi răspunde cu aceeași mimică diperată.

Ea (crizată): *Dacă nu depun actele într-o oră, pierd moștenirea!*

El (la fel de crizat): *Dacă nu beau laptele în 6 luni, expiră!*

Ea (încruntându-se consternată spre el): *Ceee????*

Packshot MVO: Laptele UHT. Cel mai relaxat deadline!



Campanie Integrată pentru promovarea conceptului de “shared car”

Am ales să fac o campanie pentru împărțirea mașinii cu colegii de serviciu.

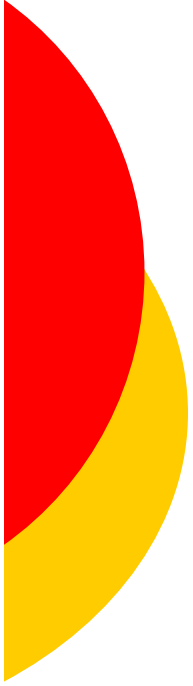
Pentru a crește fezabilitatea comportamentului promovat, firmele, instituțiile să afișeze liste cu angajații lor grupați pe cartiere, (nume și adresă de mail) a. î. cei care stau în aceeași zonă să știe unii de ceilalți și să poată intra în contact pentru a organiza transportul comun la și de la serviciu.

Campania „Happy car”

Concept: Când pleci în vacanță, când ieși din oraș, pleci cu prietenii, mergi cu mai mulți în mașină și se împarte benzina. Dacă mergi cu mai mulți colegi într-o mașină la serviciu, senzația va fi că pleci în vacanță.

Deci poți face dintr-un drum plictisitor și apăsător, un prilej de veselie.

Vei avea impresia că locul de muncă e un obiectiv turistic.



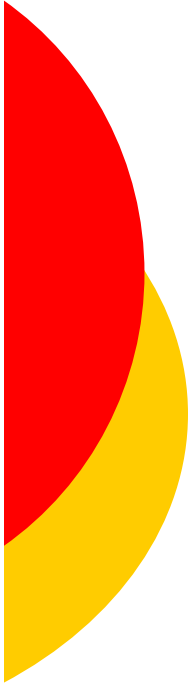
Print 1

Headline: Un zâmbet complice. Cu cine?

Bodycopy: Cu colegii de serviciu din mașină, normal.

Decât să mergi singur în mașină, mai bine o împarți cu colegii tăi, economisind astfel benzina și ajutând la decongestionarea traficului din capitală. Alături de colegi, drumul spre serviciu va deveni mult mai plăcut, vei avea senzația că pleci cu prietenii în vacanță.

O campanie inițiată de IGP București.



Print 2

Headline: Nu pleacă în vacanță, dar așa se simt.

Același bodycopy

(în loc de persoanele din poza, 4 femei și bărbați îmbrăcați business)





Spot TV

Un bărbat iese din bloc și se urcă în mașină. Pornește, pe drum vorbește la telefon.

Vezi că ajung la tine în 5 minute. Bine. Vezi să nu uiți harta! (râde)

Oprește mașina în fața unui bloc, se urcă un bărbat.

Dau muzica tare și încep să cânte (o muzică antrenantă de vacanță). Al doilea tip vorbește la telefon: *Ai coborât deja? Ok, ajungem în 2 minute.*

Mașina oprește din nou, se urcă o femeie.

E mare veselie în mașină.

Scenă finală, mașina oprește în fața unei clădiri business, ei se dau jos râzând. Se uită spre indicatorul turistic (vezi mai jos), unul dintre ei spune: *Acum hai să vizităm muzeul, ce să mai!*

Packshot: Decât să mergi singur în mașină, mai bine o împarți cu colegii tăi, economisind astfel benzina și ajutând la decongestionarea traficului din capitală. Alături de colegi, drumul spre serviciu va deveni mult mai plăcut, vei avea senzația că pleci cu prietenii în vacanță.


O campanie inițiată de IGP București.



OOH: panourile din intersecții

Headline: Dacă n-ai fi singur în mașină, drumul spre serviciu ar fi ca atunci când pleci în vacanță.



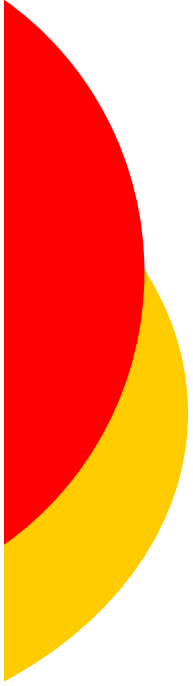


Stickere pentru mașini, de pus în parbriz,
cu imaginea spre șofer



Indicator turistic în fața sediilor firmelor și instituțiilor cu peste 100 de angajați





Site teaser înainte de campania propriu-zisă.

www.masinainvacanta.ro

„Ce se-ntâmplă când nu ești singur
în mașină? Concurs de povești amuzante”

