

SCOALA ADC

IUNIE 2009

Juliana Palade

Brief: Print

Client: Land Rover Defender

USP: cea mai tare experienta off-road

CONCEPT

In zilele noastre clientii cauta produse cu o aplicabilitate cat mai larga.
De aceea cand le spui ca produsul tau poate face orice ei asteapta 100%

Brief: Print

Client: Land Rover Defender

USP: cea mai tare experienta off-road



Brief: Outdoor

Client: Loctite

USP: lipeste orice pe orice

CONCEPT

In viata ne dam seama de cele mai bune solutii cand nu le avem la indemana.

Brief: Outdoor

Client: Loctite

USP: lipeste orice pe orice



LOCTITE.

Brief: TV

Client: Berea “plug”

USP: nu e pentru femei

CONCEPT

Femeile din ziua de azi imprumuta tot mai multe elemente din sfera masculina pentru a-si crea o imagine sociala de putere.

Brief: TV

Client: Berea "plug"

USP: nu e pentru femei

SCRIPT TV1

Spotul incepe cu o tanara femeie foarte atractiva, imbracata lejer, care se afla in dormitor in momentul in care acesta se trezeste dimineata.

Dupa decorul din jur realizam ca nu este apartamentul ei, iar dupa reactia care o are cand priveste spre ceasul de pe noptiera ne dam seama ca este in intarziere la serviciu sau o intalnire.

In cadrul urmator vedem cum tanara imbracata in camasa alba, lunga a iubitului, incinsa cu o curea si incaltata cu tocuri inalte zambeste satisfacuta privindu-se in oglinda de pe hol. Se indreapta apoi spre frigiderul din bucatarie, il deschide, ia o bere Plug, bea, pune sticla pe masa si cade jos.

Intra in cadru prietenul ei care o ia in brate si o aseaza cu grija pe canapea. Se intoarce spre camera, zambeste si ia o gura de bere din sticla inceputa.

Pack-shot doar cu sticla de bere Plug pe masa.

MVO: Iubesc femeile si de aceea sunt bucuros sa le imprumut orice. Orice se poate.

Brief: TV

Client: Berea "plug"

USP: nu e pentru femei

SCRIPT TV2

In primul cadru vedem prin usa deschisa de la baie o femeie infasurata intr-un prosop. O urmarim cum cauta ceva prin dulapurile suspendate. In final gaseste raftul cu trusa de barbierit a prietenului ei. Ia aparatul de ras in mana dar inainte sa-l foloseasca inchide usa spre camera care filmeaza si se putem auzi cum o si incuie.

Cadrul urmator este fixat pe picioarele extrem de fine ale tinerei care coboara scarile in livingroom. Vedem apoi cum se indreapta spre frigiderul din bucatarie, il deschide, ia o bere Plug, bea, pune sticla pe masa si cade jos.

Intra in cadru prietenul ei care o ia in brate si o aseaza cu grija pe canapea. Se intoarce spre camera, zambeste si ia o gura de bere din sticla inceputa.

Pack-shot doar cu sticla de bere Plug pe masa.

MVO: Iubesc femeile si de aceea sunt bucuros sa le imprumut orice. Orice se poate.

Brief: Radio

Client: studio "MIKI"

USP: studioul care da viata ideilor

CONCEPT

Intr-un mediu auditiv ai nevoie de o infinita gama de sunete pentru a exprima exact o idee .

Brief: Radio

Client: studio "MIKI"

USP: studioul care da viata ideilor

SCRIPT

SFX: se aud zgomote, fosnaituri, o busitura ai apoi tot felul de sunete extrem de ciudate.

FVO: Asa fac sex doua girafe pe strada Arthur Verona, nr 17 din Bucuresti la studioul lui Miki.

Brief: Online

Client: Bautura energizanta Jissy Jizz

USP: energie fara limite

CONCEPT

Generatiei tinere ii place sa petreaca non stop.

Brief: Online

Client: Bautura energizanta Jissy Jizz

USP: energie fara limite

SOLUTIE

Le dam tinerilor ceea ce le place: distractie care nu se mai sfarseste - sase luni la Polul Nord pe timpul noptii polare.

Vom avea un site numit: www.ceamailungapetrecere.com unde vom lansa un concurs care va avea ca premiu o saptamana de vacanta la Polul Nord pentru cea mai petrecareata gasca.

Pentru a castiga premiul, participantii vor trebui sa uploadeze fotografiile pe site de la petrecerile lor cu ora la care a inceput si sfarsit bairamul. Gasca care a avut cea mai lunga petrecere va fi desemnata castigatoare si va pleca la Polul Nord pentru o saptamana, bineanteles cu mari rezerve de Jissy Jizz.

Se va inchiria o vila in Finlanda care va fi amenajata pentru petrecerea de sase luni. De asemenea, se vor instala camere web prin care se va transmite live marea petrecere pe website.

Brief: Online

Client: Bautura energizanta Jissy Jizz

USP: energie fara limite

Campania online va fi sustinuta pe posturile de radio cu acoperire nationala si de postere promotionale plasate in zonele apropiate de universitati din si in cele mai frecventate baruri de studenti din orasele mari.

De asemenea, vor fi invitati sa participe la campanie nume cunoscute din show bizzul romanesc si international.

Se vor filma mai multe filmulete cu momentele cele mai tari de la marea petrecere din Finlanda care vor circula viral motivand astfel si mai multi participanti sa se intreaca in petreceri.

Brief: Campanie integrata

Client: eu

USP: cel mai bun detectiv

CONCEPT

Se stie ca in lumea publicitatii una dintre cele mai mari provocari cu care se confrunta agentiile este relatia care trebuie construita cu clientul.

Brief: Campanie integrata

Client: eu

USP: cel mai bun detectiv



SOLUTIE

Crearea unui personaj fictiv, "Woman detective" care este extrem de atenta la detalii si mai ales poate interpreta informatiile gasite despre clientii agentiilor pentru a putea identifica exact ceea ce vor ei. Scopul personajului este sa se remarce ca intermediar cheie in crearea de relatii impresionante de ambele parti a baricadei.

- Intocmirea unei liste a clientilor cu care agentia deja lucreaza.
- Cercetare: constituirea unui dosar care sa contina informatii extrase din media despre clientii agentiei.
- Crearea fiselor cu profilele psihologice a persoanelor din firmele respective care vin in contact cu agentia. Se va tine cont de preferintele care le au in materie de life style, imbracaminte, locuri frecventate, masina care o conduc si, mai ales, prietenii care ii au.

Brief: Campanie integrata

Client: eu

USP: cel mai bun detectiv.



- Din cele doua surse selectez o lista cu zece lucruri referitoare la clientul ales care sunt cel mai putin probabile sa fie stiute de persoanele din agentie si care au relevanta. Trimit rand pe rand, in zile diferite aceste scrisori prin posta directa la Directorul de Creatie. Am ales acest mod de comunicare pentru ca este cel mai usor si probabil mijloc ca mesajul sa ajunga la persoana vizata.
- In incheierea scrisorii apare: “Daca nu stiai cel putin trei lucruri din lista de mai sus poti fi in pericol sa-ti pierzi clientul. Nu pierde ocazia unui aliat de partea ta. Pentru a ma cunoaste personal si discuta termenii de colaborare scrie-mi pe adresa expeditorului.

Semnat,
“Detective Woman”

MULTUMESC PENTRU ATENTIE