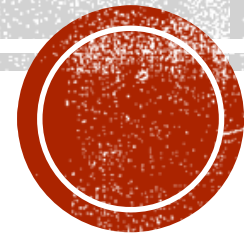


ANDRA ANASTASIU

Portofoliu

Scoala ADC – 2017



TV

- **Client:** Shorts up XXS

- **Mesaj :**

ShortsUP XXS. Scurt si tare.

- **Livrabile:**

Un material video (difuzabil pe TV sau Youtube) care sa ii faca pe oameni sa intre pe site sa vada programul si locul desfasurarii festivalului. Din moment ce nu exista un buget mare de promovare, vor fi apreciate filmele care au si un potential de distributie organica.



TV

- **Mesaj:** Emotii tari in 3 minute
- **Context:** intr-un short de 3 minute, sunt comprimate toate fazele unei naratiuni, introducerea, punctul culminant, etc. Asta inseamna ca sunt generate mai multe emotii intr-un timp foarte scurt.
- **Idee:** Cele mai multe emotii le ai atunci cand faci un test de sarcina si astepti cele 3 minute ca testul sa iti dea raspunsul.



RADIO

- **Client:** *Cafeaua Granada*

- **Mesaj:** *Cana cu cafea Granada e cea care vorbește cu tine. La propriu.*

Ea te ascultă și îți dă sfaturi; poate neașteptate dar – în fond - inteligente.

Te ajută ea să iei decizii mai bune la problemele zilei respective.

Te ajută ea să “găsești calea”.

- **Livrabile:** spot radio



RADIO

- **Mesaj:** Dimineti placute alaturi de Granada!
- **Context:** In Romania familia reprezinta inca un ideal.
- **Idee:** Personificam cafeaua Granada, transformand-o intr-o sotie ideala pe care ai vrea sa o ai alaturi de tine in fiecare dimineata.



RADIO

- SFX: zgomot de apa care curge intr-o cana.
- FVO (suava, supportive): Buna dimineata, iubitele!
- MVO (adormit, dar fericit): Buna dimineata, draga mea!
- FVO: Ia spune-mi, cum vrei sa ma savurezi in aceasta dimineata minunata? Mai dulce? Mai amara? Mai fierbinte?
- MVO: Te las pe tine sa alegi de data aceasta.
- SFX: sunet de sorbitura
- MVO: Mmm, in fiecare dimineata ma surprinzi, draga mea. Mi-a fost dor de tine!
- FVO: Mmm, si eu asteptam, iubitele, sa te trezesti cu mine.
- SFX: sunet de scratch
- ANN: Vrei o familie fericita? Nu iti putem garanta lucrul acesta, dar iti promitem dimineti placute alaturi de cafeaua Granada. Granada, sotia, pardon, cafeaua ideala!



PRINT

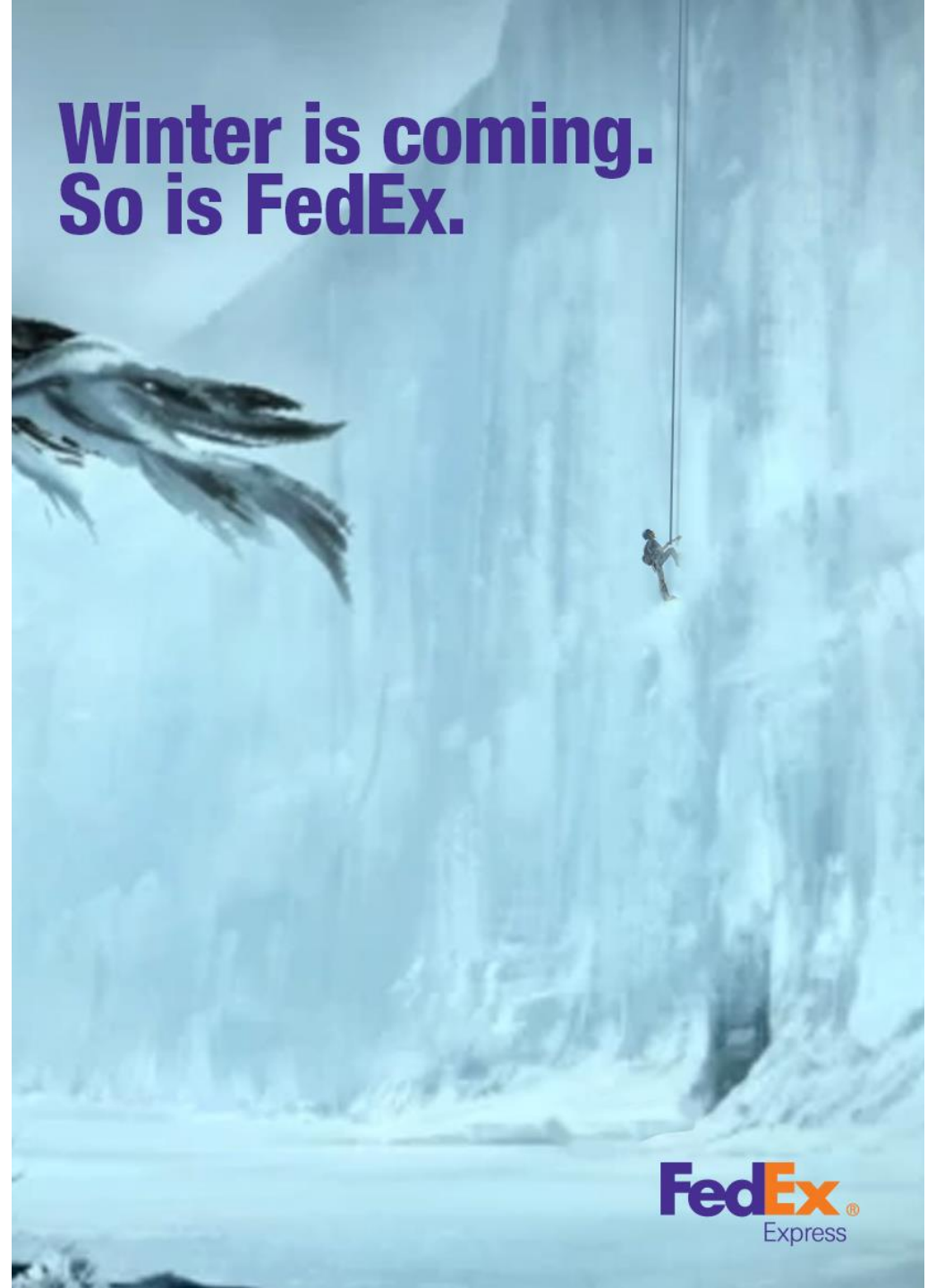
- **Client:** FedEx
- **Mesaj:** Orice, oriunde.
- **Target:** Pentru oamenii din mediul urban cu educatie si venituri medii si mari.
- **To do:** un print (o serie de printuri) care sa ilustreze mesajul



PRINT

- **Mesaj:** Winter is coming. So is FedEx
- **Context:** FedEx ajunge in locuri in care nu ti-ai fi imaginat si accesul este foarte dificil.
- **Idee:** Pornind de la un element definitoriu in pop culture in ultimii ani, Game of Thrones, am imprumutat The Wall, cel mai greu accesibil loc din contextul acela.

Winter is coming.
So is FedEx.



FedEx[®]
Express



OOH

- **Client:** Mercedes AMG GT R
- **Livrabile:** un ooh (preferabil inovativ / interactiv / surprinzator / nemaivazut)
- **Mesaj:** cel mai rapid Mercedes de serie din istorie



OOH

- **Mesaj:** Prinde sunetul vitezei!
- **Context:** Atunci cand circula cu viteze mari, motorul Mercedes AMG scoate sunete distincte.
- **Idee:** Tu stii cum suna viteza? Ascuta motorul unui Mercedes AMG! Prinde sunetul vitezei! Un OOH pe autostrada. Cand intri pe frecventa 94,7, asculti motorul unui AMG.



ACTIVATION

- **Client:** Politia Romana
- **Mesaj:** Bullying-ul se previne de acasă.
- **Livrabile:** Realizarea unui concept creativ pentru o Campanie de constientizare nationala adresată părinților.
- Tip de acțiune: activare.
- Către cine: părinți



ACTIVATION

Mesaj: La legume se vede, la copii nu se vede

Context: De cele mai multe ori, copiii bullied nu spun parintilor ce se intampla cu ei.

Idee: Intr-un hypermarket, vom semnaliza legumele mai urate si mai ieftine cu mesajul "La legume se vede, la copii nu se vede". Iar cand oamenii cumpara legumele astea, primesc la casa un giveaway si o brosură despre bullying.



Pe langa panoul cu mesajul principal, fiecare stand de legume va avea cate un mic panou pe care va fi scrisa povestea fiecărei legume. Ex: Ea este rosia agresata de celelalte rosii, care arata acum atat de urat incat nimeni nu mai vrea sa o cumpere.



ONLINE

- **Client:** Rumuki

- **Mesaj principal :**

"Momentele tale intime n-au ce căuta pe net"

- **Delivrables:**

Campanie Digitală/Innovative media digital

- **Buget:**

5k Euro



ONLINE

- Mesaj: Nu fi actor de filme porno!
- Context: Orice film pe care il faci partenerul tau poate ajunge urmatorul porn pe net.
- Idee: X in primul lui film porno



ONLINE

- Executie

Teasing: Vom incepe cu un banner pe cele mai citite site-uri din Romania cu public tanar. (Ex: Vice). Teasingul va fi un anunt de casting pentru figuratie cu mesajul: Vrei sa fii in urmatorul film de senzatie romanesc? Poti castiga 1000 de euro. Intra aici ca sa te inscrii la casting!”

Cand vor da click, vizitatorii vor ajunge pe un landing page care va fi un formular in care sa isi completeze numele, varsta si adresa de mail.

Revealing: In momentul in care dau click pe butonul de submit, landing pageul se va transforma intr-o pagina foarte similara cu porn hub, in momentul in care accesezi un film. Totodata se va activa si camera. Titlul filmului va fi generat automat la inscriere, cu numele celui care a accesat, si va fi, de exemplu: “Crina in primul ei film porno”. In first screen, sub video, va fi anuntat Rumuki, cu un mesaj: Si tu poti fi victima intr-o astfel de scena. Protejeaza-te cu Rumuki, prima aplicatie care iti pastreaza momentele intime doar pentru tine. Rumuki – Nu fi actor de filme porno!



INTEGRATA

- **Livrabile:** Campanie integrata pentru voi, ca persoana fizica, buget 1 milion EUR.
- **Idee:** Pentru ca CSR-ul este un domeniu de interes pentru mine si mi-am dorit intotdeauna sa pot implementa o campanie de CSR, am decis sa donez toti banii Scolii ADC, pentru dezvoltarea acesteia. 😊



MULTUMESC!

Echipa:

- Andra Anastasiu
- Tutori: Sebastian Olar, Sorin Trâncă.

