

1. Brief TV

Client: CINEPUB

Brand: CINEPUB

Mesaj : CINEPUB. Pentru cei care inteleg filmul romanesc.

Livrabile:

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

<https://www.youtube.com/watch?v=PQFTnafvkQ8>

2. Brief RADIO

“Concepți și produceți un spot radio/content/innovative use of radio cu tema “don’t text and drive” cu scopul de a descuraja publicul între 18 și 30 de ani să folosească telefonul mobil pentru a scrie mesaje în timpul șofatului.”

“Capitan Tudorel: - Buna ziua, capitan Tudorel și agent Toader de la poliția rutieră va deranjează! Nu am putut să nu remarcăm faptul că foloseți telefonul la volan!

Agent Toader: - Aici de obicei șoferii în situația dvs. încep să declare că ei nu vorbeau la telefon

C.T.: Apoi noi vă zicem că numai simplul gest de a citi un mesaj vă ia minim 5 secunde din timpul de reacție la volan

A.T.: - Circulați cu telefonul ridicat în dreptul parbrizului ca să țineți un ochi și pe drum? Măriti distanța față de mașina din față, atunci când vă uitați la mobil, ca să aveți timp să franați?

C.T. Gandiți-vă că la 90km/h alea 5 secunde înseamnă cât lungimea unui teren de fotbal, fără să vă uitați la drum!

A.T: Practic reactionați mai lent decât un șofer beat!

C.T.: Mesajele text măresc de 23 de ori riscul de ACCIDENT!

A.T + C.T. Nu scrieți mesaje la volan. Protejați viețile tuturor.

<https://www.youtube.com/watch?v=NipG0vIEg90>

3. Brief PRINT

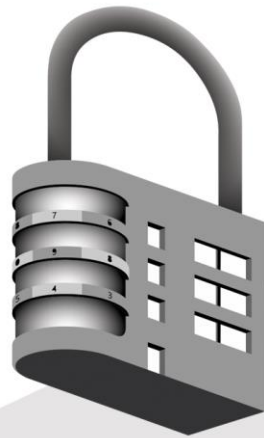
Client: SKUT.ro

Brand: SKUT.ro

Background: SKUT.ro pune la dispoziția clienților sisteme de ultimă generație pentru securitatea și supravegherea locuinței.

Mesaj :

Paza bună trece primejdia rea.



SKUT.RO

SISTEME DE
SECURITATE
PENTRU LOCUINȚE

4. Brief OUTDOOR

BRAND: Carturești

Proiect: Ziua Cartii

Behaviour change: Incurajarea și popularizarea lecturii.

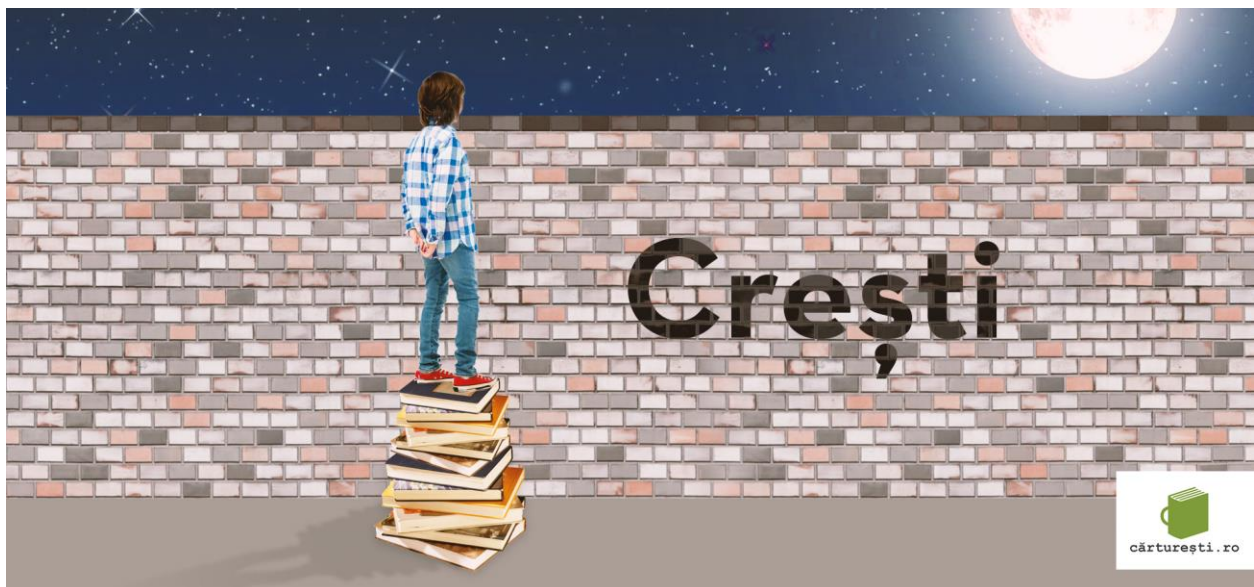
By (telling them): Cel mai frumos cadou pe care îl poți face copilului e să îi citești cărți / să-l inspiri să citească.

A) Propuneri OOH conventional:

Billboard left >



Billboard right >



B) ambient / unconventional: Mobilier stradal (bãnci) in forma de carte deschisa. Refugii de statii de autobuz in foma de carte deschisa.

5. Brief PROMO&ACTIVĂRI

Client: The Coca-Cola Company

Brand: Burn Energy Drink

Exercitiu: National promo – se cauta crew pentru Air&Style

Air&Style e cea mai importanta competitie de snowboarding din Europa. Alaturi de Burn Snowboarding Team (Kinda Geza, Tudorel Cristea, Adolf Bobo), se cauta inca 5 pentru o experienta de neuitat la Innsbruck. Premiul mare consta in aceasta experienta completa (drum, 5 stars hotel, full access la Air&Style).

Mandatories Gaseste mecanism, concept si executii pentru promo. Think events, digital, social media. No tv, no radio, no mainstream channel. Highjack, be irreverent, be disruptive. Gaseste premii medii (val maxima 200 euro per premiu) si premii mici (max 10 euro per premiu).

Rezolvare:

“Burn organizeaza un eveniment-concurs in skate park Herastrau.

Word-of-mouth: Concurs cu premiul cel mare: o excursie la Air&Style alaturi de Adolf Bobo, Tudorel Cristea si Kinda Geza. Sunt 5 locuri disponibile in echipa celor 3 pentru care sunt invitati doritorii sa concureze. Sunt invitati veterani ai fenomenului skateboarding si concert Macanache. Prezinta Gojira. Responsabili cu muzica in timpul evenimentului: DJ Paul.

Adolf Bobo, Tudorel Cristea si Kinda Geza vor aparea inopinat in zona Skate Park-ului. Deghizati in varstnici (foarte atent si profesionist machiati) impreuna cu sotiile (actrite in varsta) si alti doi actori varstnici. Alcatuiesc un grup de 8 persoane.

Unul dintre cei 3^ atleti intra in vorba cu tinerii care stau pe marginea trambulinei si privesc la cei care fac freestyle cu board-urile, rolele sau bicicletele. Sub pretextul ca dupa moartea sotiei, unul dintre ceilalti 2 a intrat intr-o depresie formidabila, ii roaga sa il invete cum sa mearga pe un skateboard.

Cativa tineri din public sunt in echipa Burn (dar in civil 😊) si dau tonul si atrag atentia asupra situatiei. Se ofera sa-l invete intai cum sa stea pe skateboard. Apoi ies din skate park si lectia continua pe aleile parcului (un pic) pentru extra exposure. Respectivul atlet sponsorizat si deghizat se preface cu iscusinta si inaintea extrem de greu pe skateboard. Revin in skatepark, atletul multumeste si dau sa iasa dar tocmai intra o divizie de sampling de la burn. „Varstnicul

depresiv” insista sa bea si el un can de Burn. Dupa aceea vrea din nou sa incerce pe skate. Se da pe trambulinele mici si apoi gradual devine din ce in ce mai agil spre uimirea audientei.

Ceilalti doi atleti beau si ei cu emfaza cutia de burn si cer si ei cate un skate. Intra in competitie unul cu celalalt intr-un mod amuzant cu scripted reality skateboard fails si dialog adversarial amuzant (precum cel din THE SUNSHINE BOYS – cu Walter Matthaw). Pana la urma, tot intrecandu-se, devin si ei din ce in ce mai iscusiti si toti 3 executa sarituri si trick-uri complexe.

The plot is revealed si sunt deschise inscrierile cu anuntul premiilor: cele medii vor fi snowboard-uri (199Eu) semnate de cei 3 , iar cele mici vor fi caciuli cu model in forma de flama de pe packagingul Burn cu varful gaben (<5eu)

Proba consta in a executa acelasi tip de trick-jump performat de cei 3 batrani” .

Adolf. Geza & Cristea demonstreaza, participantii se straduiesc sa imite (pe propria raspundere). De fiecare data e asigurat entertainmentul pentru ca ei se prefac pe toata durata concursului ca au o varsta inaintata si sar cu skateboard-ul pe trambuline in vazul trecatorilor intrigati.

Initial sariturile speciale sunt simple pentru a tria concurentii prea neexperimentati. Prima proba este chiar de a alerga de la baza catre partea de sus a trambulinei. Se tin probele cu concurentii intermitent cu fragmente din concert. Se aleg 5 castigatori care sa-l insoteasca pe cei 3 atleti la Innsbruck. Premiul mare consta in aceasta experienta completa (drum, 5 stars hotel, full access la Air&Style).

Apoi cei 3 atleti deghizati ies din skatepark urmati de tineri pe skateboard-uri. „Batranii” dau o tura cu escorta pe aleile din jurul skatepark-ului. Se urmareste reactia oamenilor obisnuiti din parc. Se fac selfie-uri, filmari si postari.

Burn. Fuel your fire.“

=====

6. Brief DIGITAL

Client: Unicredit Bank

Produs: Mobile Banking

Delivrables: Campanie de awareness prin care reusim sa convingem cat mai multi clienti sa activeze aplicatia de Mobile Banking si sa-i inteleaga utilitatea. (salvezi timp si ai access rapid si usor la situatia ta financiara).

Rezolvare:

“Banner cu o imagine cu o femeie/barbat cu gura cascata de stupefactie penduland cu privirea intre telefonul mobil, ceasul de la mana si o coada absolut imensa pe fundal. Copy: “Cu noua aplicatie Unicredit Mobile Banking nu trebuie sa astepti la o astfel de coada.” (*bannerul duce la un filmulet hostat pe site-ul Unicredit Romania.)

Copy videoclip: “Cu noua aplicatie Unicredit Mobile Banking nu trebuie sa astepti la o astfel de coada. Economisesti bani si nu mai pierzi timp pe drum. Folosind aplicatia beneficiezi de o securitate a datelor exceptionala, comisioane reduse la tranzactii, si dobanzi sporite pentru depozitele deschise prin aplicatie.

Unicredit Mobile Banking iti permite sa: VERIFICI soldul conturilor asociate serviciului; PLATESTI facturile de utilitati catre furnizorii agreati; TRANSFERI sume in lei; SCHIMBI bani pentru vacante; LOCALIZEZI cel mai apropiat ATM UniCredit Bank; *NOU: INFORMATII in timp real despre numarul de persoane asezate la coada la ghiseele sucursalelor noastre si programul de functionare.

*Fiecare client este anuntat atunci cand ajunge la ghiseu cat a petrecut stand la rand in coada si dupa ce efectueaza plata le este recomandat sa foloseasca aplicatia. De ex: dumneavoastra puteti castiga 11 minute si 47 de secunde daca efectuati exact aceeasi operatiune prin aplicatie. De asemenea puteti beneficia de o reducere de 75% a comisioanelor pentru tranzactii. De asemenea la deschiderea unui depozit prin aplicatie puteti beneficia de dobanzi mai bune decat la casieria sucursalei.”

7. Brief CAMPANII INTEGRATE

Tema:

Campanie integrata pentru samponul Alpecin.

Alpecin cu cofeina este un sampon care previne caderea parului si se adreseaza in principal barbatilor.

La noi lumea nu are rabdare sa stea cu el pe par, ca sa-l lase sa actioneze suficient. Ori, ideea este *sa il lasi sa actioneze cel putin 2 minute pe pielea capului* inainte sa te clatesti cu dusul.

Rezolvare:

“Conceptul este ca cei care stau mai mult de doua minute cu samponul pe par dobandesc o pilozitate excesiva, exagerata.

VIDEO

Avem doi cercetatori (oameni de stiinta) chei, care discuta intre ei...

- Cum domnule profesor Scalpescu, se spala cu Samponul Alpecin cu cofeina - de la Dr. Wolff si nu reusesc sa stea cu el pe par nici macar doua minute ?
- Da domnule profesor Părvan, asa arata studiile. Se spala imediat.
- Si pe urma se plang ca nu creste, este? De ce nu se pot concentra pe alta activitate in timp ce stau cu samponul Alpecin pe păr? S-ar putea spala pe dinti sau barbieri in timpul asta...
- Sau ar putea fredona Traviatta lui Verdi 2 minute...

Intra in camera un al 3-lea om de stiinta in halat Seamana mai mult cu un Chewbakka ori un Yeti pentru ca are parul foarte lung (si de asemenea par facial).

Scalpescu si Parvan se sperie si fug tipand. Chewbakka se freaca la ochi nedumerit. Cascand, isi trece mana prin par: Cred că am uitat sa ma clătesc pe păr.

TAGLINE: “...Samponul Alpecin cu cofeina - de la Dr. Wolff. Rezultate uimitoare”

RADIO: aceleasi personaje:

“

- Cum domnule profesor Scalpescu, se spala cu Samponul Alpecin cu cofeina - de la Dr. Wolff si nu reusesc sa stea cu el pe par nici macar doua minute ?
- Da domnule profesor Părvan, asa arata studiile. Se spala imediat.

- Si pe urma se plang ca nu creste, este? De ce nu se pot concentra pe alta activitate in timp ce stau cu samponul Alpecin pe păr? S-ar putea spala pe dinti sau barbieri in timpul asta...
- Sau ar putea fredona Traviatta lui Verdi 2 minute...

Se aud pasi grei, zguduitori si cineva fredonand prin fluierat Traviatta in afara camerei. Pasii cresc in intensitate, se aude clanta. Usa se deschide, pasii grei patrund in camera.

Se aude un cascat cu o voce foarte groasa!

Se aud Scalpescu si Parvan soptind infricosati:

- E un lup?

- E un monstru!

Chewie: Nu, am stat mai mult de doua minute cu samponul Alpecin in păr!"

OOH – O silueta (monstrulet) foarte paroasa imbracata la costum. "Angel. 25 ani. Uitat şamponul Alpecin in par 10 minute"

DIGITAL: banner cu cei doi profesori inspaimantati uitandu-se infricosati la "Chewie" caruia ii flutura pletele in vant.

=====

Mulţumesc tuturor pentru indrumare, atentie si intelegere.
Cosmin Nicolae