

Televizi

campanie tv

PRODUS: HONDA CR-Z – SPORT HYBRID COUPE

TARGET: BARBATI SI FEMEI, TINERI, ECHIVALENTUL ROMANESC A CEEA CE E CUNOScut CA SI "YUPPIES". PUBLIC URBAN, UPPER-MIDDLECLAS, DIN DOMENIUL PRIVAT.

MESAJ: "AI PARTE DE COOLNESS-UL UNUI COUPE SPORT, PASTRANDU-TI CONSTIINTA NEPATATA."

CERINTA: CAMPANIE DE 2 SAU 3 SPOTURI TV PENTRU LANSAREA MASINII; VA RULA PE CANALE TV DE NISA: AXN, DISCOVERY, NATIONAL GEOGRAPHIC

MANDATORIES: DE UTILIZAT: "TONE OF VOICE"-UL HONDA.





campanie tuc

tuc1 - 30 sec: În trafic, o tânără atrăgătoare, cu ochelari de soare și mănuși de piele, conduce o Honda CR-Z roșie. În dreapta, are un câine rottweiler. Trecând pe lângă un colț de stradă, niște bărbați de pe trotuar o fluieră și-i trag cu ochiul. Femeia frânează brusc, deschide portiera și spune "Aport!" Câinele sare din mașină, fuge spre bărbați, ia în gură o doză de suc de la picioarele lor și o aruncă la coș, apoi urcă din nou în mașină. Portiera se închide și Honda se îndepărtează, lăsându-i pe bărbați ușor șocați.

MVC: "Noul hibrid CR-Z."

Imagine cu mașina îndepărtându-se.

MVC: "Diferența vine dinăuntru."

Sigla Honda + VOM: Honda. The power of dreams.





campanie tuc

tuc2 - 30 sec: Vedem o Honda CR-Z neagră, care e condusă prin pădure noaptea. La volan e un bărbat cu o cicatrice pe față și cu mănuși de piele, iar în dreapta un tip grav în costum alb, ochelari de soare și cu baston. Mașina oprește într-un luminiș, iar "nașul" îi face semn șoferului să iasă. Acesta din urmă scoate din portbagajul un sac de plastic negru și o lopată, le aruncă pe pământ și începe să sape o groapă. Cadrul următor îl arată cum bătătorește pământul cu lopata și își șterge transpirația de pe frunte. Pune toate obiectele în portbagaj, urcă la volan și pornește. Când mașina se dă la o parte, se văd mai mulți copăcei proaspăt plantați.

MVO: "Diferența vine dinăuntru."

Sigla Honda + MVO: Honda. The power of dreams

