



GREEN

Горбатов Анжела
Кусюк Мирослава

Cleaner than nature



Бріф:

- Замовник:

Фірма-виробник туалетного паперу

- Завдання:

Виведення на ринок новий екологічно – чистий продукт, розробка концепції бренду з нуля разом с комунікаціями для його просування.

- Ціль:

- Формування довіри покупця до бренду. Високий рівень продаж.

- Основні комунікації :

- Реклама на телебаченні
- Друкована реклама
- Зовнішня реклама
- Event – маркетинг
- Ambient –реклама



Бріф:

- Наявність медіа – плану:

Обов'язково.

- Бажана асоціація с товаром:

Свіжість, легкість, ніжність, м'якість

- Упаковка:

Повинна містити екологічно нешкідливі матеріали

- Кольори:

Яскраві.

Бюджет кампанії:

- 11 000 000 у.о.

- Тривалість рекламної кампанії:

- Рік



А ви бачили оригінальний туалетний папір?

Саме з цього питання для нас все розпочалось. На наш погляд цікавий туалетний папір і відповідно, реклама майже відсутні на вітчизняному ринку.....

Тому





Що?

□ Назва нашої ТМ “Green”

Повинна асоціюватися в наших споживачів з чимось
свіжим, радісним, яскравим, соковитим, сонячним.



Наш папір

- Кількість слоїв: 3 слою
- Кількість листів: 250 відривних листів
- Намотка: на картонну гільзу (євро рулетка)
- Кількість в упаковці: 4 рулону
- Групова упаковка: 10 упаковок
- Кольорова серія: 13 грн



(Green Colour)

- Серія з принтами:(серія з комахами): 15 грн

(Green Original)



- Святкова версія: 17-20 грн в залежності від дизайну

(Green Fest)





РЕКЛАМНА КАМПАНІЯ
GREEN



Слоган:

- *Cleaner than nature**

**Чистіша ніж сама природа*

Ми плануємо писати слоган саме англійською мовою, поряд ставити зірочку і знизу писати переклад.

На нашу думку англійською мовою наш слоган звучить краще і точніше передає сутність.



Logo:



Корпоративні кольори:

Зелений символізує радість, юність, відновлення природи та початок нового дня. Соковитий зелений колір асоціюється з позитивними емоціями, свіжістю, яскравістю вражень, свободою. Багато людей сприймають зелений колір як стабільність, надійність та впевненість. Ми саме таких емоцій прагнемо досягти у нашій комунікації.



**Екологічність,
піклування про зовнішнє
середовище,
оригінальний зовнішній вигляд,
святковість,
особлива екологічна упаковка.**



Упаковка



: Упаковка вироблена з екологічно чистого паперу, щоб підкреслити природність нашої продукції. Пакувальний матеріал є досить жорстким, щоб зберігати форму, утримувати туалетний папір та є надійним для транспортування.



- На упаковці є зручна ручка, а під нею лінія розриву, щоб відкрити упаковку. У правому нижньому кутку є проріз, якій слугує тому, щоб споживач міг обирати колір туалетного паперу, який він купує.



Цільова Аудиторія:

- Наша цільова аудиторія - це люди віком 25+ Так як наш туалетний папір відноситься до товарів преміям класу, то наші потенційні споживачі мають буди з рівнем доходу вище середнього. Тому ми вважаємо, що доцільно обирати цільову аудиторію починаючи з молоді, яка вже працює на постійній роботі.



Комунікацію, яку ми несемо:

- Образ зеленої, соковитої трави, який ми активно використовуємо у комунікації створює уявлення присутності в яскравих, тропічних джунглях. Ми несемо нашому споживачеві свіжість, радість, веселість. Сонячне проміння, що відбивається від крил маленького сонечка або метелика, краплинки роси, маленькі жучки та квітки-це все можна побачити на нашому туалетному папері. Покупець поринає у світ живої природи, у світ пригод та надзвичайних вражень.

juicy grass



Відео ролик:

- На екрані з'являється: мураха, яка несе листок, потім метелик, який летить з пелюстком квітки, бджілка, яка несе пилок, стрибунець, який скаче з ромашкою. Всі комахи збираються до купи, утворюючи кулю, потім вони розлітаються і на галявині залишається туалетний папір. Темний фон. Слоган: *Green*. Втілення самої природи.
- * Кожну зміну комах супроводжує нова мелодія. Ролики тривалістю 30-45 сек.



Відео ролик 2:

- На зеленій соковитій траві повзе маленька мураха за нею ще одна і ще. Камера від'їжджає вгору і ми бачимо, що мурахи утворюють коло, під мелодичну музику прилітають сонечки, вклинюючись в коло продовжують рух разом з мурахами. Потім в коло заскакують стрибунці, прилітають метелики та бджілки. Таким чином всі вони рухаючись по колу утворюють спіраль. Камера від'їжджає ще далі, затримується на декілька хвилин . Темний фон і на місці комах з'являється наш туалетний папір. Знизу з'являється напис: *Green. Cleaner than nature.*

Зовнішня реклама



Друкована реклама



Тізерна реклама

Щорічно знищують понад 109560 дерев по всьому світу.

Як допомогти ?



Відповідь: Берегти природу

Наш папір із
вторинної сировини



reen
Cleaner than nature

Тізерна реклама



Туалетний папір ...



...Green
Cleaner more than nature



Embient:

- Так як ми в своїй рекламній кампанії робимо акцент саме на природність та екологічність нашого туалетного паперу, то Embient буде представлений :
- в людних і видимих місцях на газонах квітами буде викладено слово Green.
- Також на газонах буде викошено логотип Green.
- Кущі у формі літер Green.



Embient 2:

- У кафе/ресторана/готелях/пабах/нічних клубах в туалетах буде запропоновано 2 концепції: 1 – на впізнання, 2 – на якість товару. Отже, у кабінках буде утримувач туалетного паперу у вигляді квітів або конструкцій з квітів/листя/комах з логотипом Green – це щодо першої концепції.
- Друга буде втілюватись шляхом порівняння одного паперу з іншим, тобто той, що вже запропонований у закладах та наш. В свою чергу наш буде цікаво оформлений у вигляді прозорої коробки, яка буде являтися утримувачем т.п.. Зверху буде приліплений молоточок та напис: Не вистачає свіжості? Green

Event – marketing:

- Для привлічення уваги до нашої торгової марки буде проведена презентація на яку будуть запрошені відомі люди та зірки вітчизняного шоу - бізнесу. Презентація проходитиме у невимушеній атмосфері. Приміщення буде оформлено у свіжих зелених і білих тонах, дзеркальні стіни будуть сприяти проходженню світла. На стінах будуть розміщені скляні коробки, всередині яких буде знаходитися наш туалетний папір, який буде стояти або на листі, або на пелюстках квітів.
- Так як Green - це здоровий спосіб життя, будуть подаватися фреші та закуски. У кульмінаційної частини презентації в центр залу буде винесена величезна коробка, з якої випурхнуть яскраві метелики. По закінченню усім відвідувачам буде вручено упаковки з трьома різними серіями туалетного паперу.



- Так як Green - це здоровий спосіб життя, будуть подаватися фреші та закуски. У кульмінаційної частини презентації в центр залу буде винесена величезна коробка, з якої випурхнуть яскраві метелики. По закінченню усім відвідувачам буде вручено упаковки з трьома різними серіями туалетного паперу.



Медіа - планування

1+1

Канали	Програми	Час виходу рекламного блоку	позиція блоку	Σ загальне\ по Україні у.о.
Будні				
	Мс	6:45	під час	
	"Смакуємо"	9:20	під час	
	"Усі жінки відьми"	15:45	до виходу	
	"Усі жінки відьми"	16:30	під час	
	ТСН погода	19:10	після	
	Тс "Крем"	20:15	до виходу	
	Тс "Крем"	20:45	під час	
	Тс "Маргоша"	21:15	до виходу	
	Тс "Маргоша"	21:40	під час	
Субота				
	Мс "Качині історії"	10:20	до виходу	
	Мс "Качині історії"	10:30	під час	
	Мф "Медовий переполюх"	10:45	до виходу	
	Тс "Шлях чарівника"	11:50	під час	
	Хф "Підземелля драконів"	15:40	під час	
	Хф	18:15	після	
	Хф	20:00	під час	
Неділя				
	Мф	7:50	під час	
	Мс	10:20	під час	
	Караоке	11:05	під час	
	"Смакуємо"	12:05	до виходу	
	"Смакуємо"	12:30	під час	
	Хф	13:10	під час	
	Хф	14:20	під час	
	ТСН	19:30	після	
				2286605

Новий канал

Канали	Програми	Час виходу рекламного блоку	позиція блоку	Σ загальне\ по Україні у.о.
Будні				
	Підйом	7:00	під час	
	Підйом	8:30	після	
	Х\ф	9:00	під час	
	Тс "Друзі"	12:20	під час	
	Тс "Друзі"	14:50	під час	
	Teen time	16:30	до виходу	
	Тс "Татусеві доньки"	16:50	під час	
	Тс "Щасливі разом"	18:00	під час	
	Ранетки	20:30	під час	
Субота				
	Шоу "Інтуїція"	11:20	під час	
	"Смачні пригоди"	13:00	до виходу	
	"Файна Юкраїна"	13:50	під час	
	"Хто проти блондинок?"	14:50	під час	
	"Фабрика зірок" повтор	16:30	під час	
	Х\д	19:55	до виходу	
Неділя				
	"Даєшь молодежь"	8:00	під час	
	Шоуманія	12:55	під час	
	Ексклюзив	13:40	під час	
	Зіркові драми	14:55	до виходу	
	Тс "Татусеві доньки"	17:55	під час	
	"Фабрика зірок"	20:00	до виходу	
				1236285

Сума з рік = (2286605+ 1236285)*2=7045780 у.о.

BTL

Сіті-лайти в метро	Кількість
м. Незалежності	2
м. Хрещатик	2
м. Вокзальна	2
м. Університет	2
м. Театральна	2
м. Золоті ворота	2
м. Шулявка	2
м. Льва Толстого	2
сума, у.о.	1602

Білборди	Загальна кількість
	100
вул. Богдана Хмельницького, 56	
Бесарабський ринок	
пр. Перемоги, 42/2	
вул. Червоноармійська, 22	
Пл. Європейська	
вул. Саксаганського, 29	
пр. Червонозоряний, 36	
вул. Урлівська, 25	
вул. Павла Григоренка, 28В	
сума, у.о.	2503

Сума за рік = 1602 * 12 + 2503 * 12 = 49248 у.о.

Пресса:

Журнали	Кіл -ть тиражів у рік	Ціна / тис. грн	Формат реклами	Сума
ТВОЕ ЗДОРОВЬЕ	12	54120	1	649440
JOY	12	26800	1/2 вертикально	321600
MINI	12	52900	1	634800
Prevention <small>ЖУРНАЛ</small>	12	36300	1	435600
beauty <small>УПАК</small>	12	39930	1	479160
*SHAPE	12	23100	1/2 вертикально	277200
EVA	11	38224,12	1/2 вертикально	420465,3
Здоровье	11	26400	1	290400
Сума за рік				3508665

Бюджет кампанії:

10603693 у.о.

THE END

