

КРЕАТИВНЫЕ РЕШЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ БРЕНДОВ



Выполнила: Порудчикова Анжелика ШРМ-501



НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА



TOYOTA





MERCEDES

© Mercedes-Benz

A row of eight Mercedes-Benz vans is shown from a top-down perspective, each illustrating a different interior seating arrangement. The seats are represented by white icons, demonstrating the flexibility of the vehicle's interior space. The configurations vary from a standard 2x2 grid to more complex, multi-row and multi-column layouts, highlighting the adaptability of the Vito and Vianno models for various commercial needs.

Because every job is different. The flexible seating set-up in the Vito and Vianno.



Mercedes-Benz



BMW





HONDA

HONDA





FORD





HYUNDAI

HYUNDAI





Audi

AUDI





VOLKSWAGEN





NISSAN





MINI



ПЕЧАТНАЯ РЕКЛАМА





TOYOTA



POLO  i-University

Students deserve something far better as their first car.



Das Auto.



MERCEDES



www.sportcoupe.pl



Mercedes-Benz
Przyszłość samochodu.



BMW





HONDA

HONDA

HONDA
Honda.com

THE VAN OF YOUR DREAMS.

Beak in the serene glow of the all-new Honda Odyssey. With its eye-like exterior, simple and cargo live in peaceful harmony. A third row folds down with a single effortless touch. Available Bluetooth® connects your focus on the road ahead while a perfectly balanced 20-hy mag 11.6" take you on a journey of pure van life. The van looks like **Like no van before.**

© 2017 Honda. All rights reserved. Honda is a registered trademark of Honda Motor Co., Ltd. in the U.S. and other countries. All other trademarks are the property of their respective owners.

Introducing the all-new Honda **ODYSSEY**



FORD

Figo Poster 55x40cm_1

A large illustration of a red Ford Figo's open rear hatch. In the back seat, a man in a blue suit is smiling and making a peace sign. In the boot, three women are packed together. One is wearing a black leather outfit and a police cap with "ICE" on it. Another is in a black bra and skirt. The third is in a white and blue outfit with a red scarf and is holding a black high-heeled shoe. The scene is lit with dramatic blue and yellow lights.

LEAVE YOUR WORRIES BEHIND.
With Figo's extra-large boot.



Go Further



HYUNDAI

HYUNDAI





Audi

AUDI

SEI BATES WANTED PHOTO BELUGA



Sticks like quattro®

With quattro® you're stuck to the road on all surfaces like feathers to tar. Audi quattro® is an intelligent all-wheel drive system that continuously distributes power to the wheels. That's how you get constant traction, unsurpassed dynamics and instantaneous response - without being punished in difficult conditions.
Drivstofforbruk 0,50 - 1,49 l/mil ved blandet kjøring, CO₂-utslipp 129 - 356 g/km.

Forspranget ligger i teknikken 



VOLKSWAGEN



POLO  i-University

Students deserve something far better as their first car.



Das Auto.



NISSAN





MINI



ВИДЕО-РЕКЛАМА





TOYOTA

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



MERCEDES

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

BMW



www.youtube.com/watch?v=qTh-VPnCy3s

HONDA



HONDA

<https://www.youtube.com/watch?v=16e37LVhVus>



FORD

<https://www.youtube.com/watch?v=GlaX9rbyhUk>



HYUNDAI

HYUNDAI

<https://www.youtube.com/watch?v=RnXMo8ldY10>



Audi

AUDI

https://www.youtube.com/watch?v=kMthSR_ iy30



VOLKSWAGEN

<https://www.youtube.com/watch?v=3yDjwl2nVtc>



NISSAN

<https://www.youtube.com/watch?v=qWgc8Syy9HY>



MINI

<https://www.youtube.com/watch?v=Nh-sEeIHPNI>

АКЦИИ





Этим летом Toyota проводит рекламную кампанию Toyota Land Cruiser Prado под названием «Land Cruiser Beach House in Japan» на пляже Югихама. Посетителям такого «домика» предоставят специальное «автоменю», на стенах будут транслироваться ролики о Toyota Land Cruiser, фото многочисленных фанатов Prado с мест их встреч, там же будут продаваться оригинальные аксессуары для внедорожника.





MERCEDES

Компания Mercedes-Benz запустила рождественский онлайн-конфигуратор, позволяющий пользователям собрать сани для Санта-Клауса. Посетителям сайта доступны на выбор три вида кузова, три типа привода, три вида полозьев и несколько помощников.





BMW

В 2001-м году, компания BMW финансировала интерактивную рекламную кампанию "Ultimate Driving Machine", основной движущей силой в которой был сайт BMW Films. На нем, в открытом для просмотра и скачивания доступе, была выложена серия короткометражных (по 8 минут) фильмов.





FORD

Компания Ford решила отметить День святого Валентина, устроив экстремальные «быстрые» свидания для ничего не подозревающих мужчин из Техаса. Автопроизводитель пригласил женщину - профессионального водителя на роль «глупой блондинки», которая с ветерком прокатила кавалеров на Mustang GT со скоростью 300 км/ч.





HYUNDAI

HYUNDAI

Корпорация Hyundai Motor запустила необычный проект в рамках стратегии «Новое мышление. Новые возможности». Специалисты компании решили связать двух близких людей и отправили трогательное сообщение девочки ее отцу-космонавту, работающему на МКС, не покидая при этом поверхность Земли.





Audi

AUDI

В 2014 году Audi выпустила новую модель TT с революционным «виртуальным кокпитом». Цель рекламы была показать работу такой приборной панели клиентам в действии.

Для этого была напечатана специальная брошюра, поместив на которую смартфон со специальным приложением, вы могли увидеть, как он работает. Технологическая основа «хака» — проводящая бумага, передающая сигналы смартфону через Bluetooth и управляющая приложением.

Технологии помогли превратить статичную брошюру в платформу для сторителлинга, а кроме того дали возможность клиентам провести маленький тестдрайв нового Audi TT прямо в книге.

<https://youtu.be/qzJ9InscjA0>



VOLKSWAGEN

Британское рекламное агентство DDB Agency предложило оригинальную концепцию, провести рекламную акцию с использованием ледяных скульптур. Жарким летним днем в центре Лондона, на парковке рядом со зданием Галереи современного искусства «Саатчи» (Saatchi Gallery) был «припаркован» ледяной автомобиль Volkswagen Polo, выполненный в точном соответствии с оригиналом. Эта акция моментально произвела эффект.





NISSAN

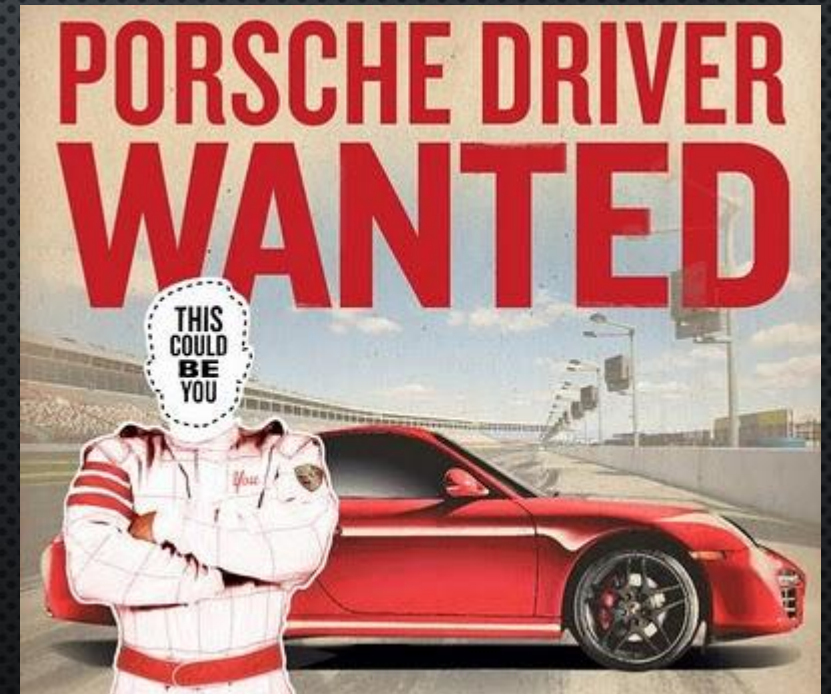
Nissan запустила в Японии социальную кампанию, призванную спасти кошек, которые любят греться зимой под капотом или прятаться от дождя и снега под крылом припаркованного автомобиля. Кампания, организованная японским автопроизводителем, получила название "Knock Knock Cats!".





MINI

Джим МакДауэлл, президент североамериканского отделения концерна MINI, бросил вызов компании Porsche, намереваясь побить их 385-сильный 911 Carrera S на компактном хетчбэке MINI Cooper S, мощность которого равна 175 лошадиным силам. Естественно, MINI Cooper S проиграл, но что удивительно, он уступил всего 2 секунды. И эта разница обходится любителям элегантных Porsche в более чем 50 тысяч долларов!



ВЫВОД





Проанализировав зарубежную рекламу, не сложно прийти к выводу, что она отличается большей креативностью и ненавязчивостью. В ней не уделяется все время показу лучших качеств, в рекламе есть сюжет, легкий и с юмором. Зарубежные компании проводят интересные акции, которые не могут оставить равнодушным. Хотелось бы увидеть что-то подобное в маркетинге российских агентств.

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

THANK YOU

