

Самые удачные рекламные кампании в России (2020)

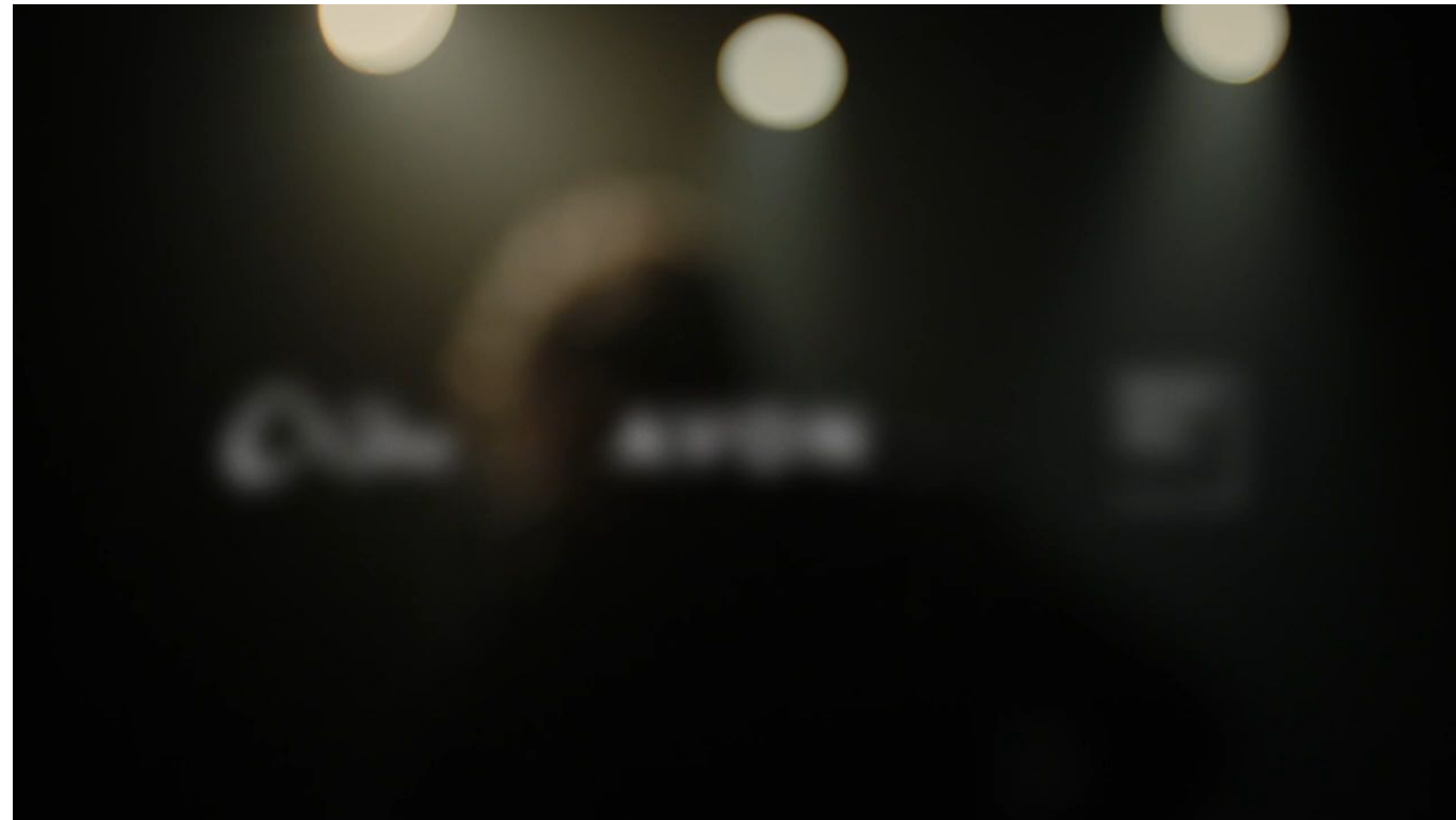
Подготовила студент группы
Э-19з
Мунирова Екатерина
Владимировна

Содержание

1. Простить нельзя расстаться (AVON)
 2. Имиджевая кампания «Альфа-Банка» с Иваном Ургантом
 3. МТС помог Дмитрию Нагиеву справиться с тоской в самоизоляции
 4. Кампания «Банка ВТБ» с Семеном Слепаковым
 5. Не всем можно доверять, но всех можно проверить
 6. Rich: искусство праздника
 7. IKEA: 20 лет в России
 8. Путешествуйте. Но как-нибудь потом
- Список использованных источников

Простить нельзя расстаться (**AVON**)

Креаторы решили сделать такую кампанию, которая бы дала жертве конкретный ответ – рецепт, что делать дальше, а не посеяла депрессивное принятие факта «домашнее насилие — это плохо». Поэтому ее главным месседжем стало решительное позиционирование: Единственный способ побороть домашнее насилие – набраться смелости уйти. Только так можно стать победителем. Ролики представляют собой три главы с типичными манипулятивными приемами сглаживания конфликта, прощения абьюза – «Контроль», «Отрицание» и «Одиночество».



Имиджевая кампания «Альфа-Банка» с Иваном Ургантом

В качестве стратегии продвижения банка был выбран интегрированный медиамикс — национальное ТВ, онлайн-видео и другие каналы коммуникаций.



Меня часто спрашивают — чем мои красные носки

МТС помог Дмитрию Нагиеву справиться с тоской в самоизоляции

Для кампании было задействовано несколько каналов коммуникации: ТВ, радио, онлайн-форматы, а также наружная реклама. Серия роликов посвящена нескучному быту в сложные времена пандемии.



Кампания «Банка ВТБ» с Семеном Слепаковым

Задорная песня с инструкцией для предпринимателей во время пандемийного кризиса никого не оставила равнодушным.



Не всем можно доверять, но всех можно проверить

«Юла» сняла рекламные ролики в стиле криминального триллера, посвященные теме безопасности на сервисе объявлений. Один из роликов снят в черно-белом цвете. Ролики вышли на ТВ, а также на digital-платформах.



Rich: искусство праздника

Rich и команда агентства Re:evolution переосмыслили классическое новогоднее застолье: вдохновившись работами Джорджо де Кирико, они создали арт-панно.



Кампания поддерживается в digital: в соцсетях Rich, в аккаунтах селебрити, на YouTube, на сайте спецпроекта с Buro 24/7 — и всё это сопровождается массивной PR-поддержкой.

ИКЕА: 20 лет в России

В главном ролике обыгрываются популярные приметы и поговорки, связанные с домом. В нем показано, насколько компания вошла в культуру и жизнь россиян: герои стучат не просто по дереву, а по столу из ИКЕА и садятся на дорожку на стул шведского бренда.



Путешествуйте. Но как-нибудь потом

Aviasales в новой компании решил передать привет путешественникам от стран, по которым те так скучают в самоизоляции.

В ироничной форме бренд подчеркнул, что все мы сейчас стали заложниками ситуации пандемии, свидетелями неопределенного времени, когда ничего нельзя загадывать. И все обстоятельства привели к тому, что даже самые ярые искатели впечатлений вынуждены отложить свои путешествия.



СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Лучшая реклама 2020 года в номинации «Кампании». — Текст. электронный // : [сайт]. — URL: <https://www.sostav.ru/vote/51/awards?cat=263> (дата обращения: 13.12.2021).
2. <https://www.sostav.ru/publication/alfa-bank-zapustil-kampaniyu-s-urgantom-on-v-nej-ne-shutit-42871.html>
3. <https://www.sostav.ru/vote/51/awards?cat=263#workId6244>
4. <https://www.sostav.ru/vote/51/awards?cat=263#workId6231>
5. <https://www.sostav.ru/vote/51/263/#workId6248>
6. <https://www.sostav.ru/publication/re-evolution-41768.html>
7. <https://www.sostav.ru/publication/ikea-zapustila-reklamu-svoego-yubileya-kotoryj-ona-otmetit-onlajnv-rossii-priglashaet-otmetit-svoj-yubilej-onlajn-42470.html>
8. [https://www.sostav.ru/publication/aviasales-v-novom-rolike-prizyvaet-puteshes](https://www.sostav.ru/publication/aviasales-v-novom-rolike-prizyvaet-puteshestvennykh-pilimudov-42274.html)

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!