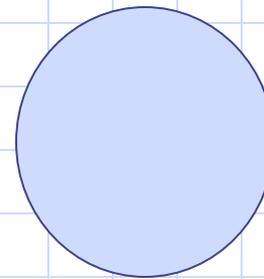
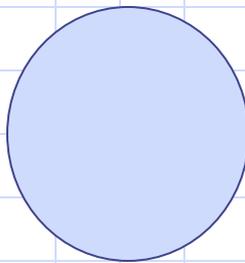
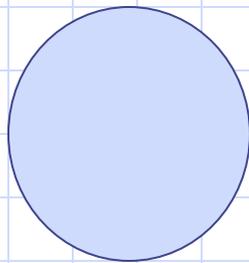


# 20 минут креатива

Практическое занятие



Компания заплатила 10 000 у е за  
плашку с 3 кружочками!



- Креатив – это другое!
- Он не может быть универсальным
- То, что подходит одной компании, совсем не подходит другой



Воровство идей становится бессмысленным, так как при обращении к одной и той же базе данных с одной и той же «фишкой», отклик снижается, а «фишка» перестает работать



Правильное построение акций (так работают в каталожной торговле) предполагает **тестирование** концепции на небольшом количестве, потом выход на **балк** (тестовая матрица). Но современные реалии могут привести к тому, что :

- балк могут успеть сделать конкуренты
- произойдут изменения на рынке и акция не сработает («Мир книги»)

Нужны 100 % точечные удары ,  
которые как платье могут подойти  
только Вам



# Примеры рассылок

- Имиджевая
- Соседская
- Засекреченная
- Партнерская
- Эпатажная
- Оживший бренд



# Имиджевая рассылка

- Направлена на формирование и поддержания имиджа. В издательском бизнесе может быть использована для рекламодателей

## Реализованные примеры:

Рассылка желтых тюльпанов **Deutsche post**. Желтый цвет – фирменный цвет компании



# Имиджевая рассылка

**Пример из присутствующих брендов:**

Журнал **Madam Figaro**, рассылка **перчаток** и **письма**, стилизованного под старину

**Легенда:** один известный французский шевалье однажды отправил перчатки мадам Фигаро в знак восхищения ее красотой и умом



# Соседская рассылка

- Используется для небольших бюджетов и локальных рынков

## Реализованные примеры:

Рассылка для компании **Нью скин** предложения об участии в сетевой программе продаж косметики. Распространение: в пределах одного района Москвы, по соседям



# Соседская рассылка

Возможно использование в любой **b 2 b рассылке**, например для кадрового издания. Соседство в этом смысле создает ауру индивидуальности и избранности



# Засекреченная рассылка. Письма-хамелеоны

**Цель:** симитировать другую, известную рассылку и заинтересовать адресата

## Реализованные примеры:

- Рассылка предложения о подписке на журнал **Документы и комментарии** в конверте, имитирующем **Спецсвязь**
- Рассылка **Roche&Deffau** для владельца компании в воздушно-пузырьковом конверте, внутреннее сообщение обвязано спецлентой и маркой **Конфиденциально**

# Засекреченная рассылка. Письма-хамелеоны

## Пример из присутствующих брендов:

Рассылка потенциальной аудитории журнала **Эксперт** конверта, имитирующего письмо из ФБР

**Слоган:** Вы подозреваетесь в чтении журнала **Эксперт**, учитывая Ваш статус и заслуги...



# Партнерская рассылка

- Существенно экономит бюджет

## Реализованные примеры:

- Рассылка кадрового агентства и тренинговой компании

## Пример из присутствующих брендов:

- Рассылка **мяты перечной** в специальных коробочках от журнала **Женское здоровье** и сети аптеки



# Эпатажная рассылка

- Эффективная эмоциональная рассылка
- Оказывает существенное влияние на имидж. Важно, чтобы компания понимала до конца все риски

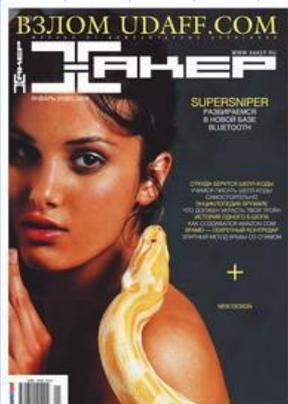
**Реализованные примеры:** Рассылка калош для компании **Акваархитектоника**

**Слоган: Хватит месить грязь!**



# Эпатажная рассылка

**Пример из присутствующих брендов:**  
рассылка для журнала **Хакер** гаечного ключа  
**Слоган:** Взвинчивая мозги



# Оживший бренд

- Один из элементов бренда становится одушевленным и от его имени происходит коммуникация с адресатом

## Реализованный пример:

- Рассылка **Мультяшная бухгалтерия** - рассылка мультфильма на диске по клиентам издательского дома **Главбух**
- Рассылка для журнала **Кадровое дело**  
Целевая аудитория: секретари, младший кадровый персонал  
Оживший герой - рарерман, представляется кадровым (по аналогии с домовым) и обращается к адресатам со страниц своего письма

# Оживший бренд

**Пример из присутствующих брендов:**

Рассылка на 23 февраля от журнала **Секрет фирмы**, подарок- **замок с секретом** для портфеля

**Слоган:**

Наши секреты для самых больших портфелей

