

Проект «Оранжевый переворот. Fusion 5+1»

представлен на
«Киевский Международный Фестиваль Рекламы»

в номинацию

«BTL и DM проекты, В-2: Организация мероприятий и спонсорство событий (event marketing, праздники, конференции, семинары, презентации и т.д.) »

Агентство Компания-заказчик
Talan Proximity Ukraine Gillette Ukraine



Цели и целевая

- Цели марки были осуществить запуск новой бритвенной системы Gillette Fusion
- Перед нами же стояла задача провести специальное мероприятие для потребителей в поддержку этого запуска, которое бы подчеркивало революционность и технологичность Gillette Fusion, а также выступило бы информационным поводом
- В кого мы целились
 - потребители продукта: Мужчины, 25-40 лет, с доходом средний и средний +, которые следят за трендами и технологичными новинками
 - народные массы – те, что любят зрелища, распускают слухи, зеваки
 - СМИ

Решение и новизна

- Мы буквально воплотили идею продукта - идею переворота (революции), организовав выступление в Киеве людей, ходящих по стене – уникального мирового шоу – Vertical Catwalk (Jochen Schweizer Show)
- Уникальность события
 - 1) в том, что сценарий вступления Catwalkеров повторял сюжеты из ТВ-ролика нового продукта, включая брендинг платформы для выступления и костюмы команды
 - 2) в самом факте выступления такого рода и такого уровня шоу в Киеве на открытой площадке



Решение и новизна

- На одной из центральных площадей города Киева, на Контрактовой площади, была сооружена вертикальная конструкция высотой с 5-тиэтажный дом
- По этой брендированной поверхности согласно специальному сценарию под музыку выступали артисты, вытворяя уникальные трюки в воздухе
- Венцом шоу было спускание с вершины вертикального помоста гигантского станка Gillette Fusion



Что делает проект особенным и Результаты

- В одном решении уникально совпали все требования, стоящие перед проектом
 - уникальность шоу обеспечила заинтересованность СМИ в происходящем и сгенерировало PR публикации
 - эта же уникальность привлекла тысячи потенциальных потребителей на мероприятие
 - сценарий и суть шоу отражали позиционирование продукта и транслировали его USP (революционность, уникальность, технологичность)
- Революционность мероприятия привлекла на место события более 20 тыс. людей, оно стало поводом серии публикаций (кол-во недоступно, т.к. PR-освещение осуществлял другой подрядчик Клиента)



Дважды кликните для просмотра видео

**Amazing innovative show –
“CatWalk – people
walking on vertical”**