



talan  group

Высокая мода японской кухни
«Sushiya Fashion-week»
для сети ресторанов современной
японской кухни «СушиЯ»

Номинация В-2. Организация мероприятий и спонсорство событий

Вызов

- Сеть ресторанов современной японской кухни «СушиЯ» воспринимается как рестораны для молодой аудитории
- Необходимо привлечь более взрослую и состоятельную аудиторию
- Задача Агентства
 - Обеспечить максимальное освещение нового меню, созданного совместно с шеф-поваром Buddha-Bar Эммануэлем Дю



Стратегическое решение

- Для того, чтобы подчеркнуть эксклюзивность авторского меню в СушиЕ в коммуникации мы провели параллель между новым меню «СушиЯ» и миром высокой моды

Sushiya Fashion-week



Концепция визуала коммуникационной кампании



SUSHIYA 
FASHION WEEK

КОЛЕКЦІЯ СТРАВ
BUDDHA-BAR
ДЛЯ СУШИЯ® ВІД
ЕММАНУЕЛЯ ДЮ
ШЕФ-КУХАРЯ BUDDHA-BAR KIEV™



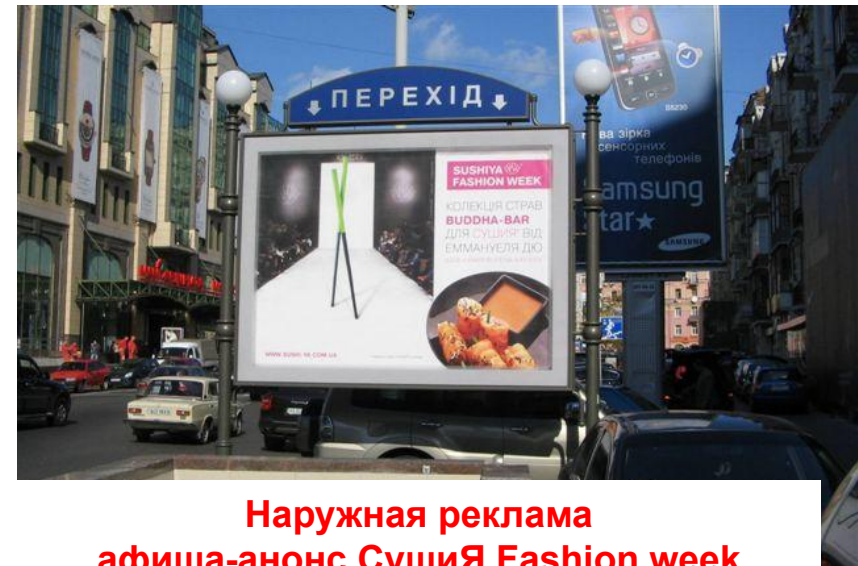
Коллекция блюд Buddha-Bar для СушиЯ от
Эммануэля Дю (шеф-повара Buddha-Bar Kiev)

Каналы коммуникации

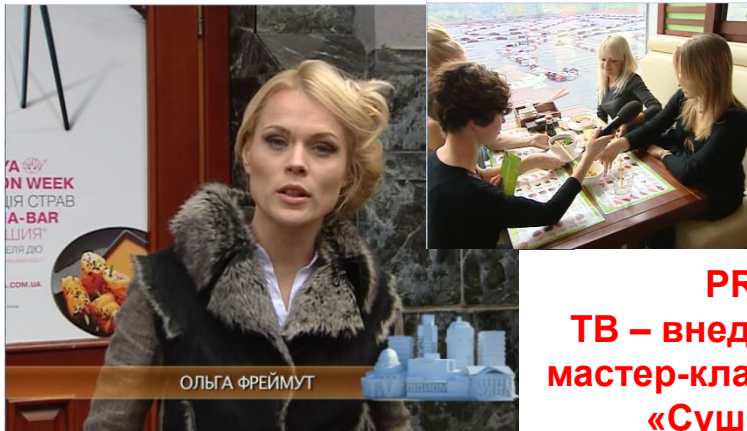


PR

Пресса – презентация для гляцевых и развлекательных СМИ

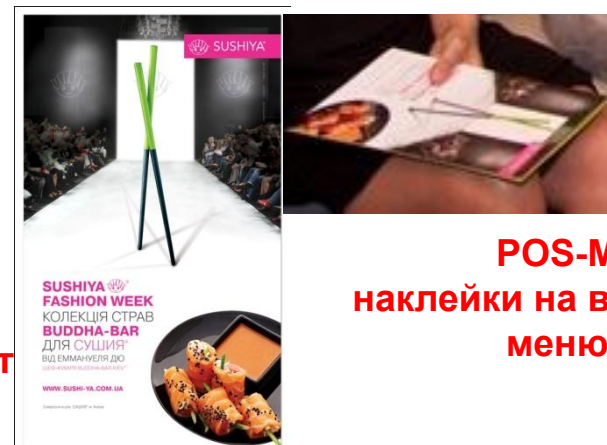


Наружная реклама афиша-анонс СушиЯ Fashion week



PR

ТВ – внедрение с мастер-классами от «СушиЯ»



POS-M

наклейки на витрины, меню

Использовались каналы и инструменты релевантныне для события именно в мире моды

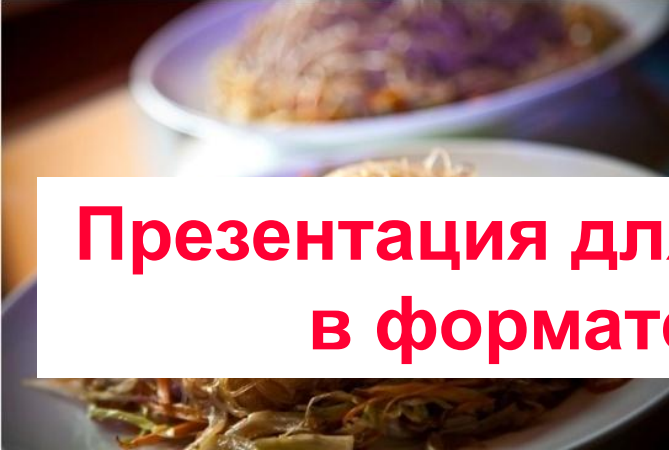
Идея коммуникации со СМИ

- Для того чтобы привлечь максимальное количество журналистов к новому меню в НЕ НОВОИ, НЕ ПРЕМИУМ, НЕ УНИКАЛЬНОЙ сети ресторанов мы предложили нетрадиционный формат мероприятия, привычного и статусного для целевой группы СМИ

FASHION-показ новой коллекции блюд

- Журналисты смогли не только первыми увидеть в «традиционном дефиле» новую коллекцию от «кутюрье высокой кухни», но и продегустировать её

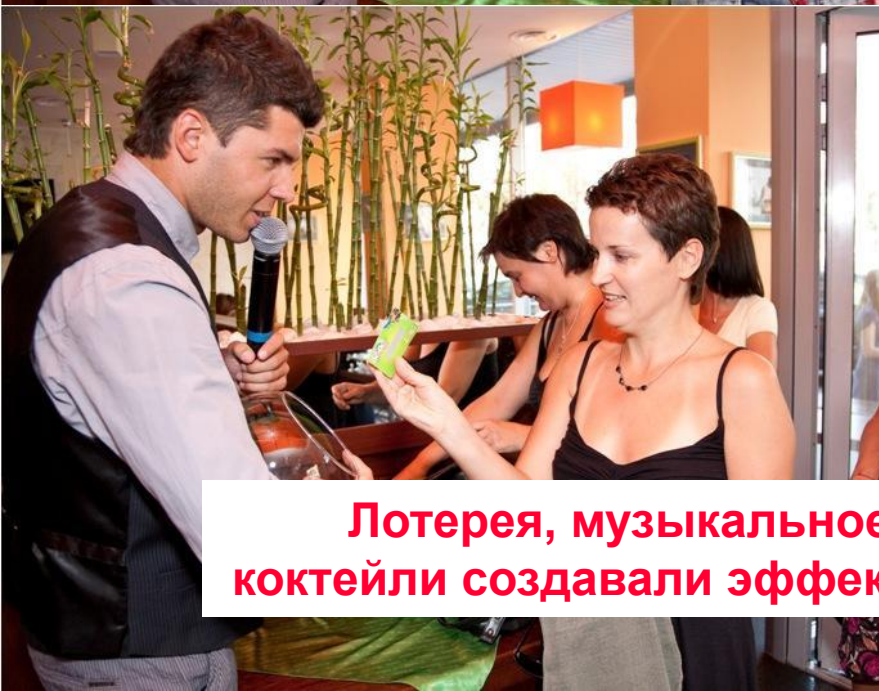




**Презентация для СМИ проводилась
в формате Fashion-шоу**



Баннер-подиум для фото на память повторял концепцию рекламных материалов



Лотерея, музыкальное сопровождение Budda-Bar, коктейли создавали эффект присутствия на Fashion-показе



Дефиле блюд впечатляло своей эстетичной гармонией, а комментарии Эммануэля Дю, француза по происхождению, создавали атмосферу от Кутюр



Редактора, как истинные гурманы, первыми оценили новую коллекцию

Результаты

- Мероприятие посетило **98%** приглашенных СМИ, **42** представителя прессы из **29** изданий
- Получено **73** развернутые публикации (от **1/4 до 2 полос**) о новом меню сети ресторанов «СушиЯ»
- Мы вышли во всех изданиях, которые изначально планировали – **100%** покрытие, причем развернутыми форматами!
- Получили освещение, которое развернулось до конца акции, с идеальной насыщенностью информационного поля
- Все публикации содержали ключевое сообщение о новом премиальном меню «СушиЯ»
 - ROI **1:19**

Примеры публикаций



Насладиться "авторской" едой!

Причем сделать это без ущерба для кошелька. Думаете, это невозможно? Мы только недавно Эммануэль Дю, шеф-повар Buddha-Bar Kiev, создал специальное меню "Шиня". В новом меню представлено 14 блюд: супы, салаты и основные блюда стилистики и очень, очень вкусны. А главное — цены на эти блюда "Суши" вполне демократичны. Мы уже выучили нов...



Как в лучших домах!

Когда пробуешь творения Эммануэля Дю, понимаешь, только французу под силу так тонко и мастерски объединить вкусы и ароматы, луский даже в аскетичных японских блюдах.



Многообразие вкусов и ароматов — это не только про французскую кухню. Это про кухню в целом. Эммануэль Дю — шеф-повар Buddha-Bar Kiev, создатель специального меню "Шиня". В новом меню представлено 14 блюд: супы, салаты и основные блюда стилистики и очень, очень вкусны. А главное — цены на эти блюда "Суши" вполне демократичны. Мы уже выучили нов...



СЕКРЕТЫ ФИРМЫ

Эммануэль Дю, шеф-повар Buddha-Bar Kiev, создатель специального меню "Шиня". В новом меню представлено 14 блюд: супы, салаты и основные блюда стилистики и очень, очень вкусны. А главное — цены на эти блюда "Суши" вполне демократичны. Мы уже выучили нов...

Вкусная коллекция

Полина

Рецепт от шеф-повара

ПРИЯТНОГО АППЕТИТА!

Ролл Суши

1. Вскипятить воду, добавить соль и сахар. Варить 10 минут.

2. Добавить рис, варить до готовности.

3. Добавить уксус, перемешать.

4. Добавить овощи, перемешать.

5. Добавить мясо, перемешать.

6. Добавить соус, перемешать.

7. Добавить специи, перемешать.

8. Добавить зелень, перемешать.

9. Добавить чеснок, перемешать.

10. Добавить лук, перемешать.

«Пропагандистами фьюжн»

Кухня фьюжн — это смешение различных культур и традиций. Это не просто смешение ингредиентов, это смешение вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.



Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Фьюжн — это не просто смешение ингредиентов, это смешение культур, традиций, вкусов, ароматов, текстур. Это искусство создавать новые вкусы, которые не существовали раньше.

Я спокойно отношусь к тому, что у меня есть, к тому, чего у меня нет

Средств для похудения и диеты нет. Просто есть то, что тебе нравится. Если хочешь похудеть, просто ешь меньше. Не нужно считать калории, не нужно отказываться от любимых продуктов. Просто ешь то, что тебе нравится, и будь активным.

Средств для похудения и диеты нет. Просто есть то, что тебе нравится. Если хочешь похудеть, просто ешь меньше. Не нужно считать калории, не нужно отказываться от любимых продуктов. Просто ешь то, что тебе нравится, и будь активным.

Средств для похудения и диеты нет. Просто есть то, что тебе нравится. Если хочешь похудеть, просто ешь меньше. Не нужно считать калории, не нужно отказываться от любимых продуктов. Просто ешь то, что тебе нравится, и будь активным.

Средств для похудения и диеты нет. Просто есть то, что тебе нравится. Если хочешь похудеть, просто ешь меньше. Не нужно считать калории, не нужно отказываться от любимых продуктов. Просто ешь то, что тебе нравится, и будь активным.

Средств для похудения и диеты нет. Просто есть то, что тебе нравится. Если хочешь похудеть, просто ешь меньше. Не нужно считать калории, не нужно отказываться от любимых продуктов. Просто ешь то, что тебе нравится, и будь активным.

«...я не покупалю дорогих машин в кредит. Если я не заработал, значит, не пишу себе этого позависта»



«...я не покупалю дорогих машин в кредит. Если я не заработал, значит, не пишу себе этого позависта»

«...я не покупалю дорогих машин в кредит. Если я не заработал, значит, не пишу себе этого позависта»

«...я не покупалю дорогих машин в кредит. Если я не заработал, значит, не пишу себе этого позависта»

Почему проект заслуживает победы

- Проект достоин победы потому что
 - **Нестандартный подход** к подаче стандартной информации **влюбил** представителей СМИ в новое меню и как результат Агентство даже перевыполнило поставленную задачу по публикациям
 - Идея коммуникации через призму высокой моды вдохновила СМИ и позволила получить качественные развернутые публикации
 - Во всех публикациях упоминается новое **премиальное меню**
 - При минимальных инвестициях в мероприятие получены публикации во всех гляцевых СМИ, проект стал **супер эффективным** для Клиента при минимальных затратах в очень сжатые сроки

