

Номинация: В1 акции по стимулированию сбыта, продаж
(сэмплинги, розыгрыши призов, демонстрации преимуществ и т. д.)

Нестандартное VTL-продвижение «3G Коннект» МТС.

Подготовлено TDI Group
Специально для международного фестиваля рекламы
«Белый Квадрат»





3G модем оператора сотовой связи МТС для
мобильного доступа в Интернет



Увеличение количества пользователей мобильного Интернета.
Продвижение 3G+ сети МТС.

Вовлечение потребителя в эмоциональный контакт с рекламным сообщением.

Целевая аудитория:

1. Массовый сегмент.

Сроки проведения проекта:

1. 24 декабрь 2010 – 23 январь 2011.





Проблема

МТС был третьим сотовым оператором, который стал продавать 3G модемы. Данные модемы ничем не отличаются от модемов конкурентов.



Наделить модем эмоциональной составляющей.



Показать потребителю, что приобретая 3G модем, он приобретает друга. Таким образом мы придали продукту большую человечность и эмоциональность (сделали персонифицированным).

Коммуникационный посыл: «Заведи себе оленя и гоняй по Интернету бесплатно».

Купить 3G-модем = завести оленя = завести друга!



В местах большого скопления людей мы проводили промо-акции. К людям подбегал большой 3G-олень и предлагал подружиться.

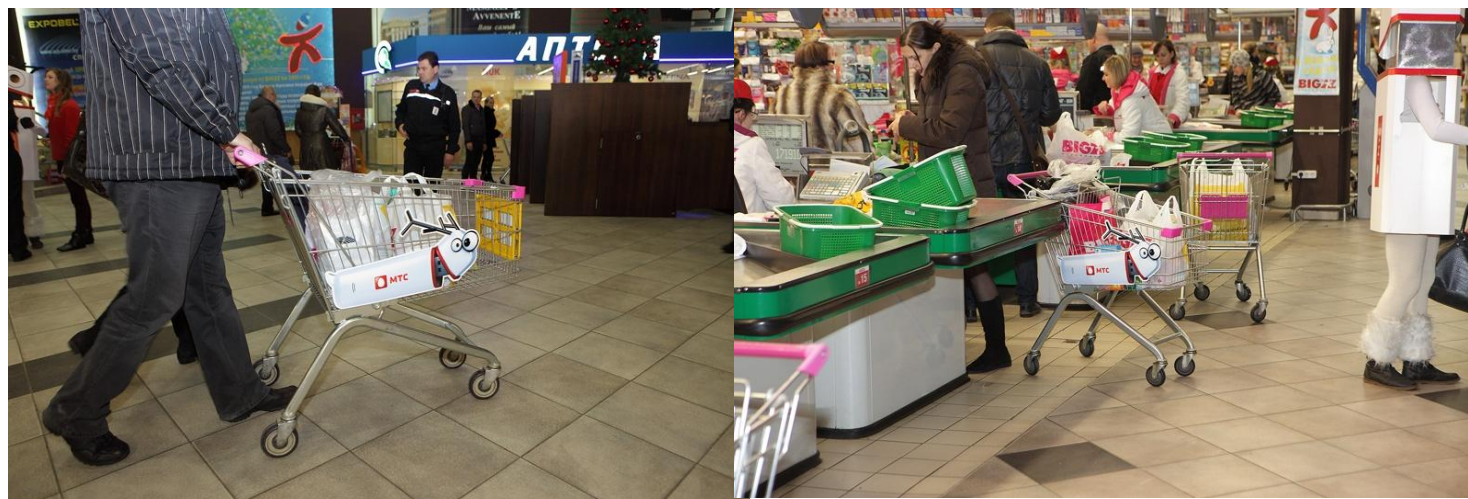


Олень дарил людям наклейку для 3G-модема МТС, в котором человек мог сам вписать имя. Это позволяло людям сделать продукт уникальным.

Рекламные листовки, в которых также можно было вписать имя для своего будущего модема, вручались прохожим из копыт самого 3G-оленья.



Познакомиться с 3G-оленем люди могли в больших магазинах: 300 тележек в 3 столичных гипермаркетах были оформлены с помощью пластиковых пластин. Таким образом, у каждого покупателя появлялся верный друг, который помогал тащить покупки.



- Мы организовали и провели мероприятие общереспубликанского масштаба;
- Мы нашли способ вовлечь ЦА к акции и сформировать эмоциональное отношение к продукту.
- Мы подарили целевой аудитории друзей;
- Во время промо-акции было роздано 150 тысяч листовок.



Спасибо за друга!

