

Номинация: 4.2 Direct Marketig/CRM: Лучшее творческое решение директ-маркетинговой или CRM-программы.



«Монополия Heineken»
Монополия

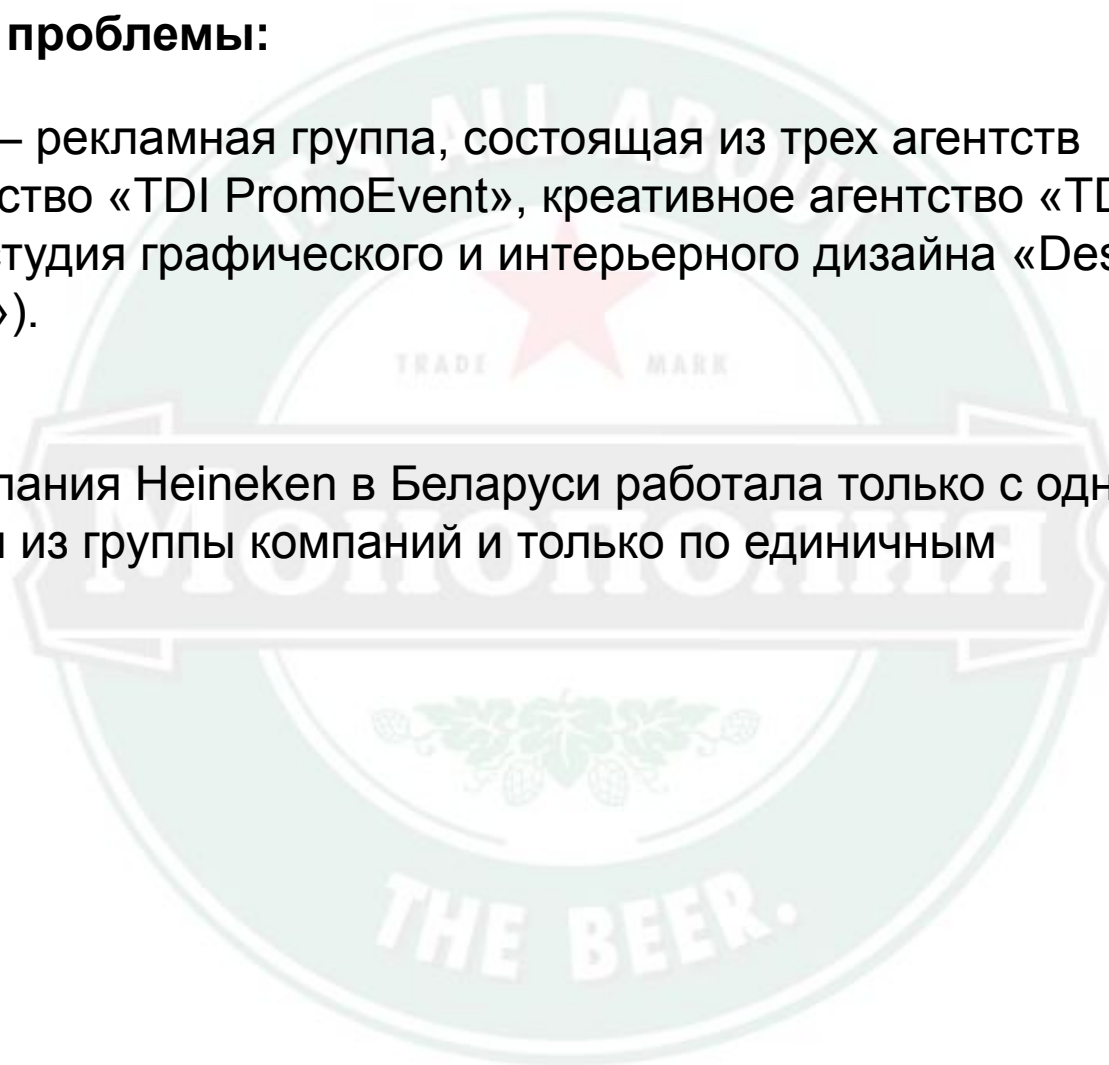
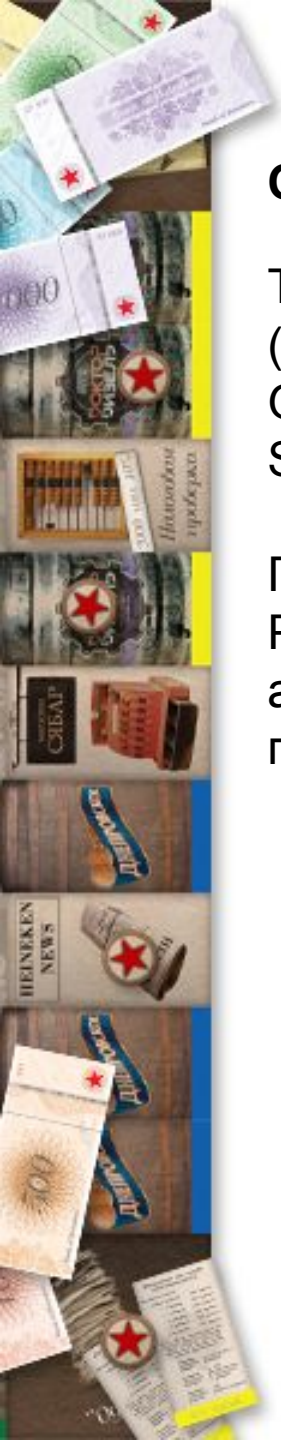
Подготовлено «TDI PromoEvent»
специально для ежегодной премии в области маркетинговых услуг
«Серебряный Меркурий 2011»

Описание проблемы:

TDI Group – рекламная группа, состоящая из трех агентств (BTL-агентство «TDI PromoEvent», креативное агентство «TDI Global» и студия графического и интерьерного дизайна «Design Studio TDI»).

Проблема:

Ранее компания Heineken в Беларуси работала только с одним агентством из группы компаний и только по единичным проектам.





Цель:

Реализовать проект, в результате которого Heineken в Беларуси стала бы работать со всеми агентствами рекламной группы компаний TDI Group и по большому числу направлений.

Задачи:

- Повысить лояльность топ-менеджмента компании Heineken в Беларуси к рекламной группе компаний.
- Презентовать направления деятельности всей группы компаний.
- Продемонстрировать преимущества работы с рекламной группой компаний TDI Group.
- Оригинально поздравить клиента с удачно реализованным проектом.

Количество контактов (вовлечённая аудитория):

21 человек — руководство и бренд-менеджеры компании Heineken в Беларуси.



Решение

В честь реализации проекта с компанией Heineken и для презентации направлений деятельности нашей компании был разработан сувенир, вовлекающий ключевых сотрудников (бренд-менеджеры, ведущие маркетологи, HR-персонал, руководство генерального офиса компании в Нидерландах) в коммуникацию с рекламным агентством. В качестве сувенира была предложена самая популярная экономическая игра «Монополия», выполненная полностью с учетом пивного рынка Беларуси, брендов компании, а также услуг нашего рекламного агентства.



Важные мелочи игры

За основу правил игры были взяты правила оригинальной «Монополии», но все сектора игрового поля были выполнены с учётом брендов компании Heineken в Беларуси.

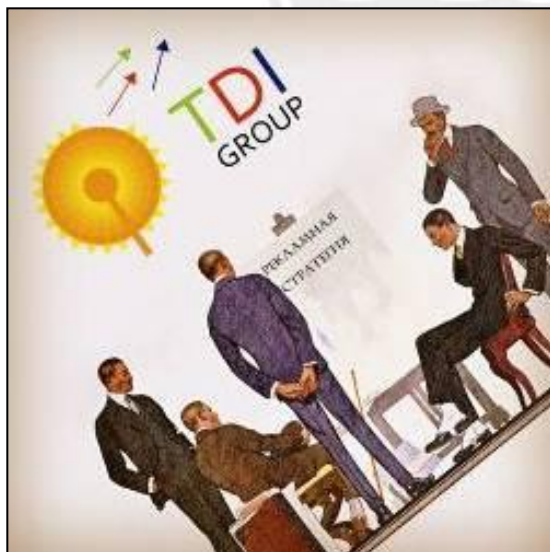
Каждому бренд-менеджеру компании Heineken в Беларуси была подарена именная игра «Монополия Heineken». Имя бренд-менеджера было написано на коробке игры и на игровой фишке, выполненной в виде пивной бочки Heineken. Таким образом, каждый менеджер получал свою личную «Монополию Heineken».



Важные мелочи игры

Деятельность рекламной группы компаний TDI Group презентовалась через карточки «Heineken News». Попадая на одноимённый сектор и вытягивая данные карточки, игроки узнавали о направлениях деятельности нашей группы компаний.

Также на игровом поле был сделан специальный сектор «TDI Group». Попадая на этот сектор, игрок получал ощутимую денежную прибыль, что символизировало удобство и выгоду работы с рекламной группой TDI Group.



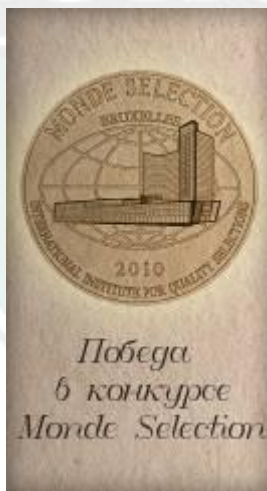
Важные мелочи игры

Ключевым визуалом игрового поля стало изображение первого пивоваренного завода компании Heineken в городе Амстердам. Этот факт не остался незамеченным сотрудниками компании и вызвал множество положительных комментариев.



Важные мелочи игры

Также на игровом поле появились оригинальные игровые сектора, разработанные с учётом особенностей белорусского рынка и компании Heineken в Беларуси. Например, сектор «Одно окно», который заменил сектор «Тюрьма» в оригинальной «Монополии»; сектор «Победа в конкурсе Monde Selection», приуроченный к победе в данном конкурсе одного из брендов компании Heineken в Беларуси; серия участков фирменной дистрибуции Heineken.



Результаты

После реализации данного проекта мы получили от компании Heineken в Беларуси задание на разработку нескольких крупных проектов по различным направлениям деятельности.

Компания Heineken в Беларуси стала нашим ключевым клиентом, и сейчас мы работаем со всей линейкой брендов компании.

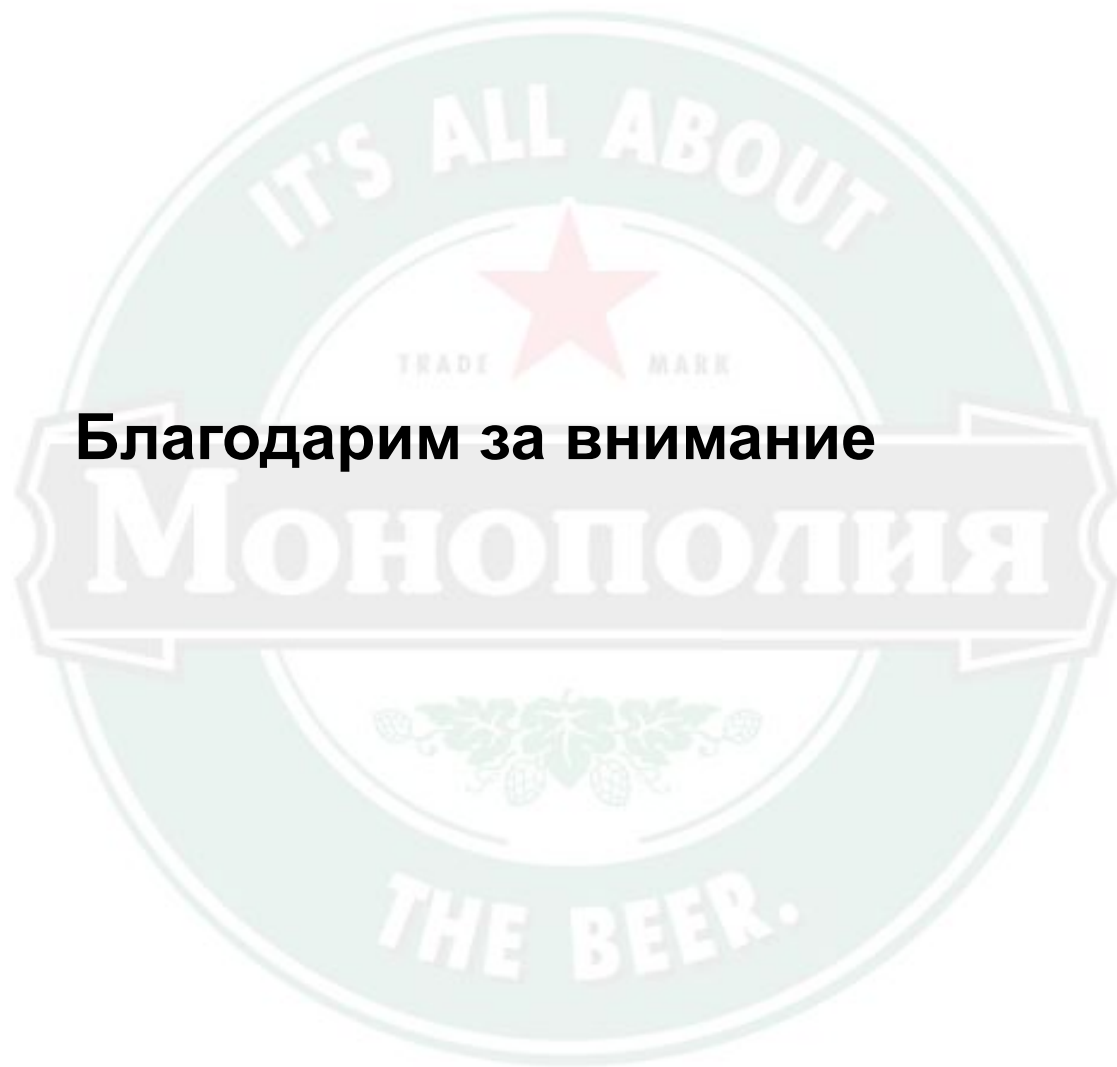
Нами было вручено 14 игр всем бренд-менеджерам и руководству компании, от которых мы получили положительную и эмоциональную обратную связь.

Благодаря этой игре мы смогли оригинально представить региональные бренды компании Heineken в Беларуси головному офису.



ФОТООТЧЁТ





Благодарим за внимание

