

# Кейс: Greenwich

МЭЧТА

агентство видеорекламы



# Заказчик



Greenwich – ресторан-паб в английском стиле, расположенный в центре города Гродно. Открыт в сентябре 2018 года.



# Задачи

- подчеркнуть английский стиль и атмосферу ресторана
- сфокусироваться на сильных сторонах заведения
- привлечь внимание новых клиентов и туристов



# Проблема

Люди не всегда располагают временем и мотивацией для просмотра 2-минутных рекламных роликов. Мы предлагаем “подогреть” их интерес с помощью использования более коротких версий.

# Решение

каждый из роликов является автономным и преследует определенную цель

1

Преролл

Охватывает людей, которые слабо подвержены влиянию рекламы.

Ролик призван привлечь на себя внимание данной группы людей.

2

Клип

Нацелен на более лояльную группу людей.

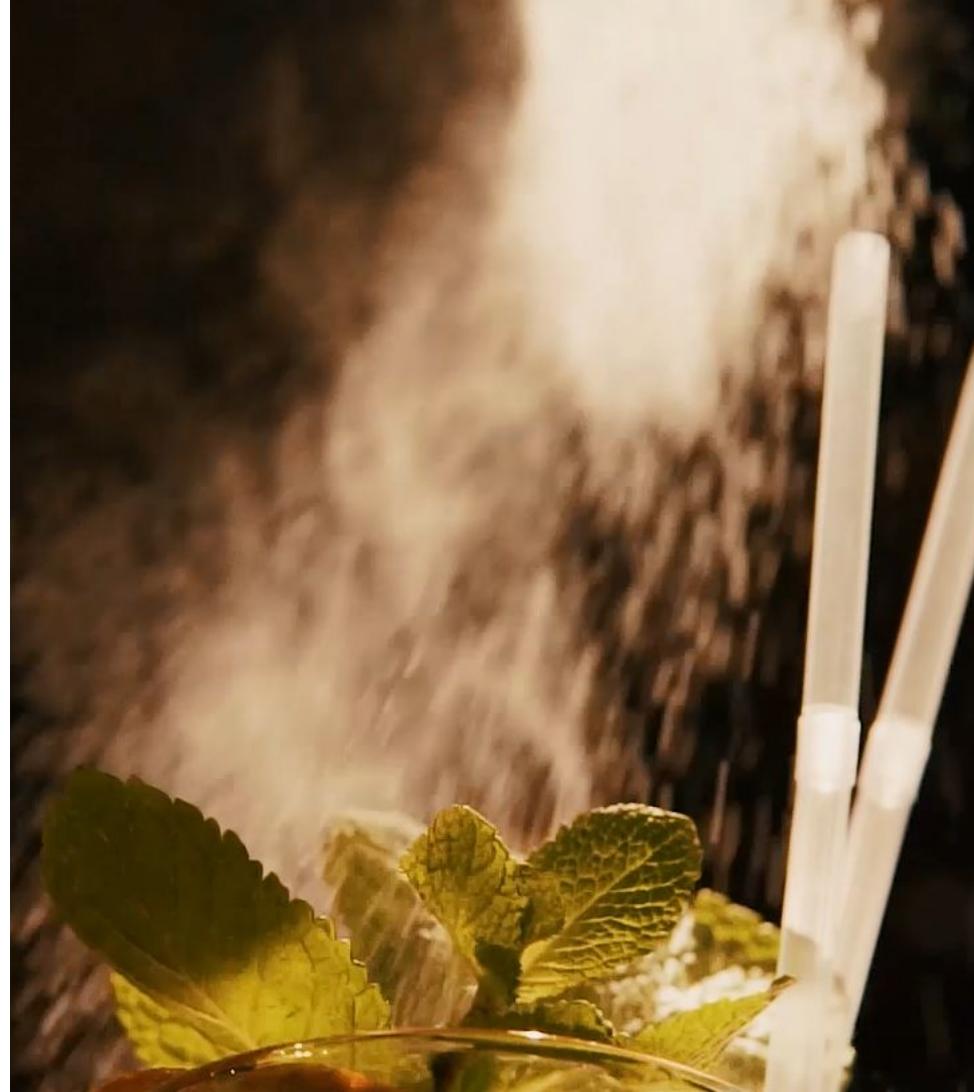
Детальнее знакомит зрителя с особенностями заведения.

3

Эксплейнер

Полноценный ролик, затрагивающий все аспекты деятельности ресторана - начиная с количества посадочных мест, заканчивая разнообразием блюд и напитков.

**Результат**



# Преролл

20-секундный ролик.

Цель: заинтересовать зрителя и вызвать желание узнать больше о ресторане.

Формат позволяет заполучить **внимание**.

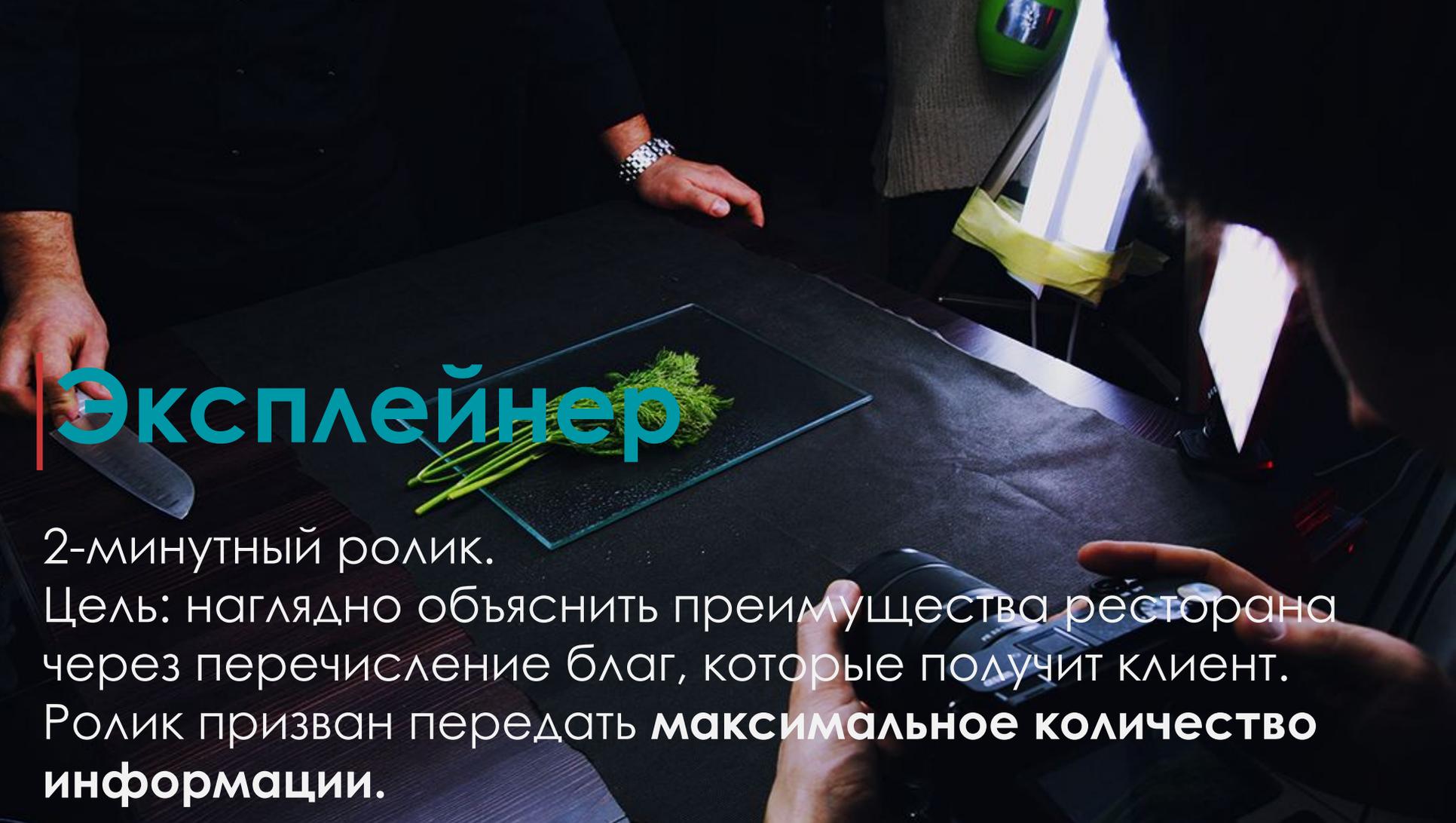


# Клип

СТЕЙК РИБАЙ С КАРТОФЕЛЕМ

30-секундный ролик.

Цель: вызвать желание поделиться , тем самым привлечь потенциальных клиентов и **повысить активность** в интернет-пространстве.

A chef in a kitchen is preparing a dish on a black plate. The chef is wearing a black uniform and a silver watch. A camera operator is filming the scene from a high angle. The chef is using a knife to cut a piece of green herb. The background is dark, and there are some kitchen items visible, like a green container and a white cloth.

# Эксплейнер

2-минутный ролик.

Цель: наглядно объяснить преимущества ресторана через перечисление благ, которые получит клиент.

Ролик призван передать **максимальное количество информации.**



[www.mechta-video.by](http://www.mechta-video.by)