Агентство «Два товарища» (г. Харьков)

Диплом финалиста в номинации «Апельсиновый сок»

За наибольшее число креативных BTL-проектов за указанный период

Проект “ПЕРВАЯ ГОРОДСКАЯ АПРЕЛЬПИАДА ПО НЕСТАНДАРТНЫМ ВИДАМ СПОРТА”
г. Харькове

1.Краткое описание

- 1 Апреля в (День Смеха) в Харькове на площади Свободы состоялся общегородской праздник в формате соревнований и показательных выступлений по нестандартным, «неправильным» видам спорта, включал:

Media поддержка:

- анонсирование событие на афишных площадях по городу
- анонсирование события на региональных телевизионных каналах
- освещение события в СМИ

Special events:

- по городу ездит брендированный «смехомобиль», приглашающий на праздник и заливающийся смехом;
- шествие по центральной улице г.Харькова с апрельпийским «огнем»;
- Центр «Апрельпийской деревни» – сценический комплекс, где проходило награждение победителей и концертный блок праздника;
- параллельная работа площадок с активностями и конкурсами, дающая возможность зрителям активно воспринимать динамичный праздник

Цель акции: Проиллюстрировать желание городских властей идти навстречу пожеланиям молодёжи в организации нестандартных массовых праздников; популяризация активного молодежного отдыха.

94 85 ХАГ

2. Сведения об авторе или авторском коллективе, название города

Творческое Объединение “Два Товарища”, г. Харьков:

- Игорь Диденко
- Глеб Тимошенко
- Лариса Любимова
- Виктория Бокий
- Рената Грудева
- Татьяна Диденко
- Ольга Величко
- Юрий Белаш

3.Сведения о компании, осуществившей проект

- Творческое Объединение «Два Товарища» основано в 2004 году (www. dvatovarischa.com.ua) двумя КВНщиками – Игорем Диденко и Глебом Тимошенко на базе 13 летнего опыта участия в сотнях мероприятий и промоакциях в качестве ведущих и разработчиков. Предоставляемые услуги:
  - Нестандартные разработки на стыке ATL, BTL и PR с низкими бюджетами и высокой эффективностью
  - Полный спектр BTL активностей – от семплинга и открытия торговых точек до национальных промоакций
  - Разработка и реализация событий любого уровня – от корпоративных вечеринок и конференций до городских праздников и национальных туров
  - Креатив, дизайн, производство прямой рекламы в объеме full company
  - Дизайн и производство рекламной продукции
- Основными заказчиками являются крупные отечественные и иностранные компании, лидеры в своих категориях. Как правило, работает напрямую с клиентами.
- В компании 16 сотрудников

4.Сведения о заказчике

Харьковский городской голова

5. Задачи, поставленные перед исполнителем

- Сформировать у молодежи стабильное позитивное отношение к городским мероприятиям.
- Изменить сложившиеся у молодежи стереотипы восприятия праздников
- Проиллюстрировать желание городских властей идти на встречу пожеланиям молодёжи в организации нестандартных массовых праздников.

6. Время и сроки осуществления проекта

- 1 апреля 2005 года

7. Использованные приемы и средства стимулирования

- Промо:
  - Анонсирование события – листовки на городских носителях
  - Анонсирование на региональных телевизионных и радио каналах
- Special events:
  - Шествие от центра города с апрельпийским огнем
  - Апрельпийская деревня с главной сценой и паралельными площадками активностей

8. Вовлеченная аудитория (масштаб проекта - район, город, страна)

- Мероприятия проводились в г. Харькове (население около 1 500 000 человек). Общее количество прямых контактов осуществленное в ходе акции – 50 000

9. Описание хода проекта

1) Коммуникация с целевой аудиторией посредством промо кампании

Период: с 17.03.05 по 1.04.05

- Анонсные ролики на теле (2 канала) и радио (5 станций) каналах
- Распространение афиш (А1) анонсирующих событие на улицах города и в метро (А2)

Период: с 21.03.05 по 1.04.05

- Размещение ролика на плазменных панелях в метро (3 станции)

Период: с 1.04.05 по 7.04.05

- Размещение пост материалов в прессе

2) Стрит промо

Период: с 21.03.05 по 1.04.05

- По городу курсирует смехомобиль, приглашающий жителей города на праздник и накаляющий интригу предстоящего события

Производство/Рекламные материалы:

- 500 афиш для размещения в метро
- 500 афиш для размещения на улицах
- Производство видеоролика
- Производство аудио ролика
- Брендирование смехомобиля

3) Special events: Общегородской проект на площади Свободы г. Харькова - «Апрельпиада по нестандартным видам спорта».

Период: 1.04.05

В этот день площадь Свободы при помощи выгородок и палаток превращается в «Апрельпийскую деревню», «центральной улицей» которой является размеченная трасса под массовые беговые соревнования. Центр «Апрельпийской деревни» – сценический комплекс.

- Зажжение апрельпийского огня (водный автономный фонтан) и шествие по центральной улице города к площади – основному месту праздника.
  - участники шествия – ведущие шоу-программы, Клоунский Синдикат, театр на ходулях, участники соревнований, заранее прошедшие отбор для участия в отдельных конкурсах и зрители, вовлеченные в общегородское действо.
- Открытие апрельпийских соревнований – программу представлял председатель спорт комитета по делам семьи и молодежи г. Харькова.

- На территории «апрельпийской деревни» заранее сформированы площадки:

- Площадка №1. Конкурс на самый громкий смех; с помощью шумомера определяется 3 победителя с самым громким смехом.
- Площадка №2. Конкурс анекдотов.
- Площадка №3. Великая Сладкая Битва (тортобой); командное соревнование по метанию тортов.
- Площадка №4. «Улыбка Джоконды»; командное творчество (3 команды) по рисованию (метанию) на плоскости мешочками с краской.

- На трассе в период с 17:30 до 20:00 происходят следующие конкурсы и чемпионаты:

- Эстафета – «Четверо с холодильником»; командные соревнования (3 команды по 4 человека) по перекатыванию холодильников на время.
- Личные первенства (10 участников) по бегу по асфальту на лыжах и целевому метанию холохупов.
- Парные соревнования (10 пар) «Бег на бровях»; по бегу на руках (пара, ноги в руках партнера, руками по трассе).
- В течение Апрельпиады на площади работает «Хохляцкое радио»; дурацкие ответы на дурацкие вопросы.

- Во время работы площадок ведущие, комментируют происходящие события, открывают соревнования при сопровождении и активном участии Клоунского Синдиката
- В период с 18:00 до 19:00 проходит подведение итогов соревнований и награждение победителей на главной сцене.
- Выступление мера Харькова
- – концерт-дискотека апрельпийской группы «Ляпис-Трубецкой

Производство/Рекламные материалы:

- спец материалы для оформления площадок, пневмоконструкции, баннера и прочие материалы для оформления шоу.

10. Формальные результаты работы

•Увеличение лояльности к городским властям в проведении культурно-массовых мероприятий
•Размещено информационных афиш о празднике – 1000
•Общий километраж следования «смехомобиля» улицами г.Харькова – 1200 км.
•Позвонивших по поводу участия и дополнительной информации о празднике - до 200 человек
•Присутствовали на празднике – 50 000 человек
•Общее количество прямых контактов – около 50 000

11. Отзывы заказчика о результатах

Апрельпиада – праздник, которого ждали и в котором участвовали. Таких праздников город еще не видел. Это праздник, который ломает все стереотипы о проведении городских мероприятий. Никакого официоза, все весело и по-простому. Участвовать в апрельском веселье мог каждый пришедший на праздник, именно это является самым ценным.

Владимир Шумилкин.

12. Экономика проекта

Разбивка бюджета (доля в бюджете):

- промо – 40%
- событие – 50 %

Проект “ПЕРВАЯ ГОРОДСКАЯ АПРЕЛЬПИАДА ПО НЕСТАНДАРТНЫМ ВИДАМ СПОРТА”
г. Харькове

94 85 ХАГ

ПІД ПАТРОНАТОМ
ХАРКІВСЬКОГО МІСЬКОГО ГОЛОВИ
БЫСТРЕЕ, ВЫШЕ, СИЛЬНЕЕ!

Зажжение апрельпийского огня

Апрельпийское шествие

Главная сцена

Площадь Свободы

Площадки:

- самый громкий смех
- лучший рассказчик анекдотов

Соревнования по летнему биатлону

Тортобой

«Метательная» живопись
Полотно Джоконда

Перекатывание холодильников

Вручение призов и подарков

Закрытие Апрельпиады
По нестандартным видам спорта

Лозунг праздника

Победители и обладатели дипломов

Диплом финалиста в номинации «Апельсиновый сок»

За наибольшее число креативных BTL-проектов за указанный период

Агентство «Два товарища» (г. Харьков)

Диплом финалиста в номинации «Апельсиновый сок»

За эффективный мерчендайзинг BTL-проекта

Агентство «Шаман Продакшн» (г.Одесса), проект для сети «Цитрус-дискаунт»

Диплом финалиста в номинации «Круглый апельсин»

За профессиональный подход к презентации BTL-проектов

Агентство «Positive Line» (г.Пермь)

Директор агентства: Лысак Дмитрий Леонидович

Проект-менеджер: Ирина Исупова

Художник, дизайнер: Мария Кожевникова

Автор: Лысак Дмитрий Леонидович

Премия в номинации «Народный Апельсин»

За социальную акцию, учрежденная Российским BTL Партнерством Региональных

Агентство «PR-Эксперт» (г.Ростов-на-Дону), проект «Спасибо за Победу!»

Автор проекта - Левченко Константин

Менеджер проекта - Ксения Коновалова

Директор агентства - Южанина Наталия

Победители и обладатели дипломов

Премия в номинации «Апельсиновый трафик»

Диплом финалиста в номинации «Апельсиновый сок»

За креативную идею в организации логистики BTL-проекта

Агентство «KARS» (г.Киев), проект «Djuice-Круиз»

Премия в номинации «Апельсиновая почта»

За креативную идею в организации DM-проекта

Агентство OS-Direct (г.Киев), проект «Привет, родная!»

Премия в номинации «Апельсиновая долька»

За самый малобюджетный BTL-проект

Агентство «AC-Marketing» (г.Кемерово), проект «Паприка»

Проект "Перчик - в подарок". Автор – Торик Наталья.

Проект менеджер - Маршанкина Светлана/

Директор агентства - Торик Наталья.

Премия в номинации «Апельсиновый праздник»

Диплом финалиста в номинации «Апельсиновый сок»

За креативную идею в организации корпоративного праздника

Агентство «Альпака-BTL» (г.Киев) «Вокруг Европы за один день»

Победители и обладатели дипломов

Премия в номинации «Апельсиновое дерево»

За большое число успешно реализованных BTL-проектов

ЗАО «Сотовая Связь Удмуртии» (ТМ «Теле2», г.Ижевск)

проекты: «День города», «Тестирование», «Мафия»

Автор проекта и проект менеджер Марат Газизуллин

ЧП Покрас Д.В. - привоз "звезд"

Ижевское агентсво "Арт-премьер" - приглашение местных

артистов и предоставление аппаратуры ЧП Конышев А.А .

ЧП Каменская А.Н. - Промоутеры

ЧП Малыгина А.Н. - Промоутеры

Премия в номинации «Апельсиновый апельсин»

За самый эффективный BTL-проект.

АТПП "Группа "ОША" (г. Омск), проект "S-extrim"

Автор проекта - Константин Аверин

Менеджер проекта - Константин Аверин

Премия в номинации «Апельсиновый фреш»

За самую креативную идею BTL-проекта.

Агентство «Рембрэнд» (г.Казань), проект «Комплимент продавцу»

Автор проекта Степанов Владимир

Проект менеджер Хакимова Ольга

Директор по развитию РА "Рембрэнд" - Степанов Владимир

Победители и обладатели дипломов

Специальный приз в номинации «Апельсиновый Гвоздь»

от журнала BTL-Magazine

За самый эффективный BTL-проект, представленный клиентом

Корпорация «Перспектива» (г.Пермь), проект «Улица ипотеки»

Ольга Мазеева, директор по маркетингу

Екатерина Пахомова, коммерческий директор агентства недвижимости

Дзусова Ольга, руководитель Центра ипотечных программ

Андрей Комаровских, маркетолог

Олег Смирнов, маркетолог

Регина Давлетшина, аналитик

Юлия Конева, специалист по CRM

Специальный приз в номинации «Апельсиновая долька»

от журнала BTL-Report

За креатив в организации малобюджетного BTL-проекта

Агентство «Мегатавр» (г.Хабаровск), проект «Поступай на пятерку»

Авторы: Ширяев В., Тишанская Е., Нигей Е.,

Рыбальченко Н..

Проект-менеджер, координатор: Рыбальченко Н.

Директор: Рябова С.И.

Специальный приз в номинации «Апельсиновый апельсин»

от издательского дома Independent Media, издателя журнала «Оранжевый Апельсин»

За эффективный BTL-проект для современной женщины

Агентство «Positive Line» (г.Пермь), проект «Фитнес-ловец женских сердец»

Директор агентства: Лысак Дмитрий Леонидович

Проект-менеджер: Ирина Исупова

Художник, дизайнер: Мария Кожевникова

Автор: Лысак Дмитрий Леонидович

УЧЕБНЫЙ ЦЕНТР BTL'STUDY

Спасибо всем участникам конкурса за интересные и эффективные акции!

До встречи в 2007 году

www.2007.btlregion.ru