

MALLTECH

MALLTECH Интеллектуальное управление  
торговыми центрами

# «БОЛЬШИЕ скидки»

Рекламная кампания



Фото: TutkovBudkov

**MALLTECH** Интеллектуальное управление  
торговыми центрами

**Заказчик:** MALLTECH

**Исполнитель:** TUTKOVBUDKOV

**Объекты:** ТРЦ «Планета» Красноярск, ТРЦ «Планета»  
Новокузнецк, ТРЦ «Планета» Уфа, ТРЦ «АУРА» Новосибирск,  
ТРЦ «ЛЕТО» Санкт-Петербург

**Период проведения:** июнь 2018 г. – 31 июля 2018 года

## Основные этапы РК «БОЛЬШИЕ скидки»



### **1 этап**

Размещение тизеров в группах ТРЦ в соц сетях. Всего 3 ролика по 5 секунд.

5 июня – тизер с манекеном; 8 июня – тизер с чеком; 12 июня – тизер с Гарольдом

### **2 этап**

15.06 – 1. 07. – запуск 5-секундного тизера для ТВ и соц. сетей, с пэкшотом. Легенда без подробностей

### **3 этап**

1 июля – Информативный ролик на 20 секунд, раскрытие легенды. TV, соц сети

Параллельно запускаются короткие ролики с приветствием городов от Гарольда

### **4 этап**

15 июля - Ролик на 1 минуту. Сайт, соц сети.

### **Отдельный этап – B2B.**

С 1 июля. Размещение релизов, видео. СМИ по маркетингу и рекламе.



## Основные этапы РК «БОЛЬШИЕ скидки»

Лицом РК стал Гарольд, скрывающий боль (Андраш Арато). Гарольд и его фирменная улыбка являются одним из самых популярных мемов в России.

На его страницу во «ВКонтакте» подписаны более 48 тысяч человек, мемы с ним бродят по интернету, а стикеры с выражением его лица есть практически у каждого пользователя Telegram.

<https://vk.com/painharold>



«БОЛЬШИЕ скидки» – первая реклама Гарольда в России

MALLTECH Интеллектуальное управление  
торговыми центрами



Фото: TutkovBudkov

# НАМ БОЛЬНО ОТ ТАКИХ СКИДОК

Гарольд, скрывающий боль, наконец-то приехал в Россию.

Венгр Андраш Арато, известный всем как «Гарольд, скрывающий боль», приехал в Москву. Его визит в прямом смысле взорвал новостную ленту жителей нашей страны и сопровождался освещением на телеканалах Москва-24, Матч ТВ, Дождь и статьями в интернет-изданиях Афиша, TJournal, mk.ru и многих других.

В России Гарольд и его фирменная улыбка пользуются особой популярностью — на его страницу во «ВКонтакте» подписаны более 45 тысяч человек, мемы с ним до сих пор бродят по просторам интернета, а стикеры с выражением его лица есть практически у каждого пользователя Telegram.

В Россию король мемов приехал в роли амбассадора «БОЛЬШИХ скидок» в рамках рекламной кампании / \*имя бренда\* /. Концепция проекта была разработана креативным агентством TUTKOVBUĐKOV. В основу идеи лёг печальный образ персонажа: Андраш выступает в роли обескураженного продавца-консультанта, чьё выражение лица просто не может скрывать боль — в ТЦ / \*имя бренда\* / скидки настолько велики, что торговый зал опустел, все товары сметены с полок, а с манекена сорвана последняя рубашка.

Рекламная кампания «БОЛЬШИЕ скидки» пройдет на ТВ, задействует каналы наружной рекламы и digital.



# 9

## Каналы продвижения

- ТВ

- Каналы наружной рекламы


- Digital:

Сайты и социальные сети ТРЦ, стикеры в Telegram и новые гифки на Giphy, которые можно подгружать в мессенджеры и «истории» в Instagram

<https://giphy.com/hidethepainharold>

<https://t.me/addstickers/HarroldPain>




 **ТРЦ Планета, г. Красноярск**  
1 июл 2018

Большая распродажа в ТРЦ «Планета» в самом разгаре! 😎

Шанс приобрести всё, о чём мечтали со скидкой до 70%! Нам больно от таких скидок! Гарольд свидетель.


С 15 июня по 31 июля мы ждем тебя за выгодными покупками в ТРЦ «Планета»!





**Нам БОЛЬНО от таких скидок!**  
139 282 просмотра


❤️ 215 ➦ 3 👁 133К

Сначала старые ▾

 **Johnny Sins**  
в евросети тоже?  
1 июл 2018

 **ТРЦ Планета, г. Красноярск** ответил Johnny  
Johnny, здравствуйте! Скидки практически во всех магазинах!  
3 июл 2018

 **Полина Воркунова**  
Я работаю 😭😭😭😭  
3 июл 2018 ❤️ 9

 **ТРЦ Планета, г. Красноярск** ответил Полине

РК «БОЛЬшие скидки» стала самой заметной и яркой рекламой сезонных скидок в каждом городе присутствия компании.

Проанонсирован старт распродажи, обеспечена поддержка высокого интереса к распродаже в течение всего периода скидок.

Совокупное число просмотров видеороликов в социальных сетях пяти ТРЦ – порядка 1 млн. просмотров.

[https://vk.com/wall-50952130\\_114358](https://vk.com/wall-50952130_114358)

Поскольку главный герой РК – известный интернет мем, то одним из акцентов кампании было направление digital. Цель – охватить аудиторию интернета, которая показывает растущий тренд и расширяет возрастные границы.

Итоги рекламной кампании в интернете показали перевыполнение KPI's в несколько раз. Тем самым мы понимаем, что креатив пользуется популярностью и цели увеличения знания о распродаже в ТРЦ достигнуты.

Совокупное число просмотров видеороликов в социальных сетях пяти ТРЦ – порядка 1 млн. просмотров.

[https://vk.com/wall-50952130\\_114358](https://vk.com/wall-50952130_114358)

РК получила широкий выход в СМИ, как в региональных, так в профильных СМИ по маркетингу, рекламе и креативу, а также в специализированных СМИ по коммерческой недвижимости и ритейлу.

<https://tjournal.ru/news/72526-garold-skryvayushchij-bol-snyalsya-v-reklame-rossiyskoy-seti-torgovyh-centrov>

<https://vc.ru/marketing/40021-garold-kotoryy-ispytyvaet-bol-snyalsya-v-pervoy-reklame-v-rossii>

<https://www.sostav.ru/publication/chelovek-mem-garold-skryvayushchij-bol-snyalsya-v-reklame-tutkovbudkov-31998.html>

