



R&I

Барни в которых играют Дети

Большуууущая кампания
по продвижению бренда «Барни»



Бренд:

Бисквиты «Барни»

Цель:

Организовать масштабную промо-атаку бренда «Барни» на российском рынке, привлечь внимание ЦА, стимулировать покупки и создать устойчивую ассоциацию: «Барни – лучшее лакомство для детей!»

ЦА:

Мамы с детьми

География:

Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург

Срок:

Сентябрь – ноябрь 2010 года

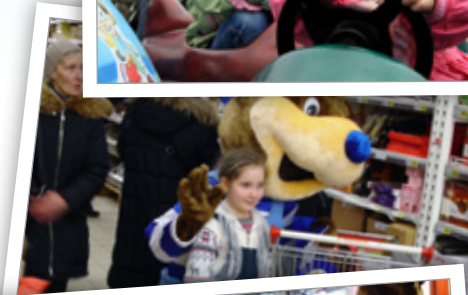
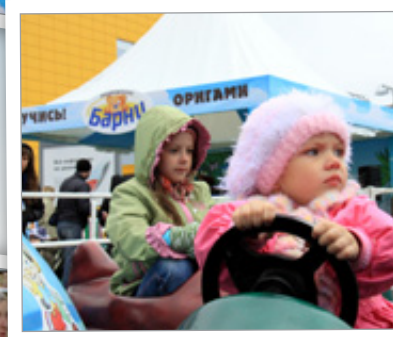
Иными словами – захватить мир!
(пусть маленький, зато самый важный)

Кампания «Барни в которых играют Дети» состояла из 6 массовых акций, которые проводились одновременно «по всем фронтам» – в минимаркетах и гипермаркетах, на улицах и в парках, в цирках и зоопарках – везде, где обитают дети.

Осенью и зимой 2010 года сотни тысяч молодых мам и детей всюду встречались с нашим медвежонком. И эта Игра, действительно, имела гигантский охват:

- БАРНИ Street** Сэмплинг на улицах
- БАРНИ Gift** Промо в магазинах
- БАРНИ Quest** Мини-эвенты в супермаркетах
- БАРНИ Zoo** Игровые акции в зоопарках
- БАРНИ Circus** Интерактивные шоу-акции в цирках
- БАРНИ LAND** Большой городской детский праздник!

ВОТ КАК ЭТО БЫЛО:



R&I **БАРНИ STREET**
Сэмплинг на улицах

4 города
50 промо-объектов
150 аниматоров-медвежат



R&I БАРНИ GIFT
Промо в магазинах

4 города
35 промо-объектов
70 промоутеров



4 города
72 промо-объекта
144 промोутера



Про этот экспериментальный проект стоит рассказать отдельно.

Супермаркеты по сути превратились в настоящую игровую площадку для детей! Именно **ВСЯ ТЕРРИТОРИЯ** гигантского магазина, а не отдельный «закуток» для детей или аниматор рядом с выкладкой.

На входе промоутер объяснял родителям с детьми правила игры и вручал карту супермаркета с «секретными тайниками».

И пока родители совершали покупки, дети были увлечены игрой! Действительно, в разных отделах супермаркета (молочный, мясной, промтоварный и пр.) им предстояло разыскать несколько тайников с элементами пазла – фирменные вырубные магнитики Барни.

А собрав все пазлы вместе, на выходе из супермаркета малыш получал в награду настоящую Медаль Барни-Чемпиона.



БАРНИ QUEST

R&I **БАРНИ QUEST**
Мини-эвенты в супермаркетах

Призы за покупку: книжка со
стикерами, шарф, варежки, ледянка и пр.



R&I БАРНИ ZOO

Игровые акции в зоопарках



Акция в московском зоопарке тоже была настоящей **ИГРОЙ**: наши «мишки» на входе предлагали детям поучаствовать в квесте: по специальной Зоо-карте найти 5 друзей Барни (5 разных животных) и отгадать их загадки (ответить на вопросы, расположенные на табличках рядом с вольерами этих животных).

Кстати, наш Барни щедро брал друзей под свою опеку!

Например, вот как выглядел вольер его родственника Гималайского Медведя:



R&I БАРНИ ZOO

Игровые акции в зоопарках

Разгадав загадки друзей-животных, дети отправлялись в шатер Барни и получали от нашего медвежонка уникальный подарок: фирменную 3D-книжку, и распечатанные фото детей в обнимку с Барни.



2 цирка
25 аниматоров
5 интерактивных
шоу-акций

Например, «Трёхмерный Мишка Барни». Какой ажиотаж вызвал этот аттракцион! На огромной плазме транслировался настоящий трёхмерный Барни, который общался с ребяташками **В РЕЖИМЕ РЕАЛЬНОГО ВРЕМЕНИ!**

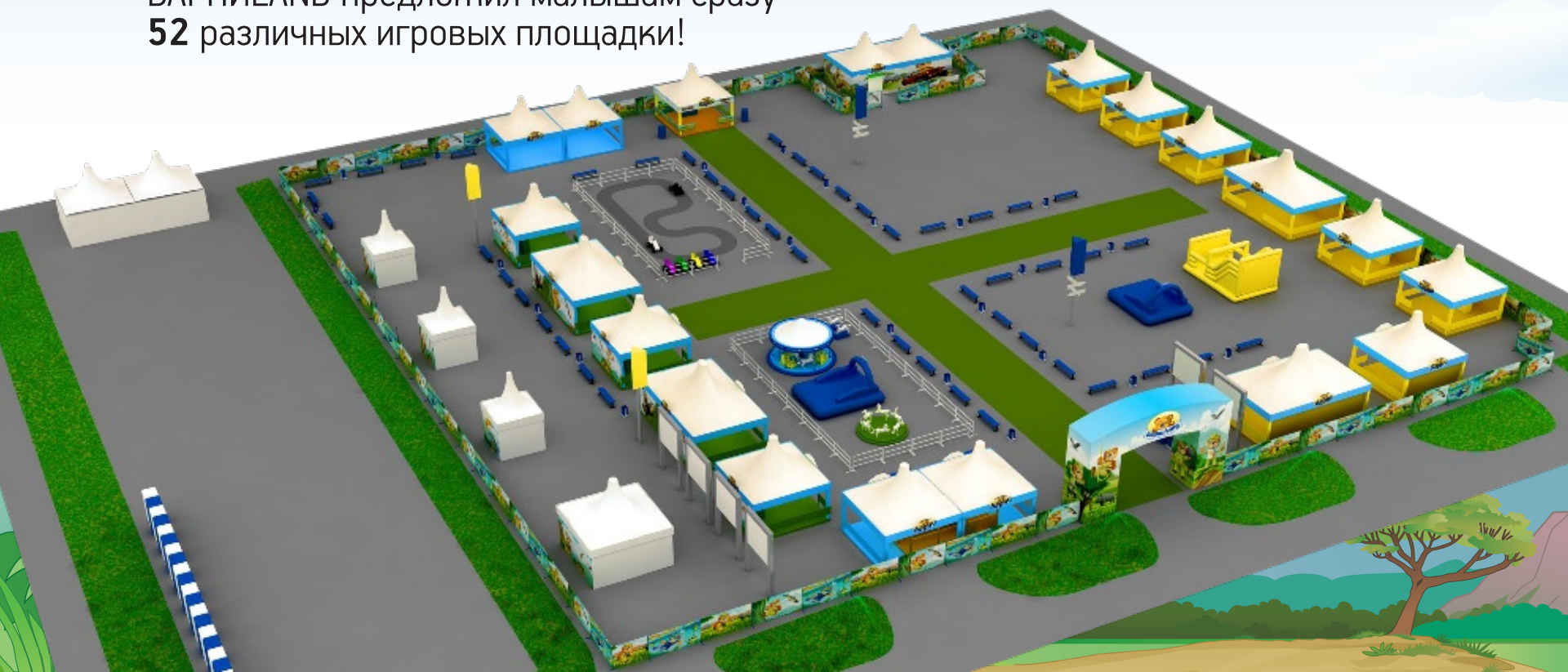
Все дело в уникальной технологии: за ширмой скрывался человек, увешанный датчиками. Каждое его движение воспроизводится на плазме в виде движений мишки Барни в 3D формате.



И венец кампании – БАРНИLAND!

В Новосибирске прошёл грандиозный городской праздник для детей. Крупнейшая открытая площадка города (территория перед ТЦ МЕГА) превратилась в БАРНИLAND, состоящий из трех тематических зон: **«Океан развлечений»** (Развлекательные аттракционы), **«Саванна приключений»** (Спортивные соревнования), **«Горы умений»** (Развивающие игры).

БАРНИLAND предложил малышам сразу
52 различных игровых площадки!





БАРНИЛАНД

Большой городской детский праздник!

Результат оказался неожиданным даже для нашего Event-департамента, который 14 лет организует подобные праздники.

Вот официальные данные ГИБДД Новосибирска:

ЗА 6 ЧАСОВ БАРНИЛАНД ПОСЕТИЛО БОЛЕЕ 30 ТЫСЯЧ (!) ГОСТЕЙ.



ИТОГ-1:

- Более **700 000** участников акции
- Более **400 000** сэмплов съедено
- Более **50 000** подарков выдано
- Более **30 000** снимков сделано
- Более **150** публикаций в СМИ

ИТОГ-2:

- Медвежата «Барни» пользуются повышенным спросом у детей и мам по всей стране.
- Выкладка с продукцией «Барни» занимает привилегированные места в супермаркетах.
- В 2010 году в Москве, Петербурге, Новосибирске и Екатеринбурге зафиксирован трехкратный рост продаж бисквитов «Барни»!

ИТОГ-3:

- Руководство Kraft Foods приняло решение в 2011 году продолжить кампанию «Барни в которых играют Дети», значительно увеличив географию проекта.



R&I ПРИВЕТЫ, БЛАГОДАРНОСТИ И ХИТРЫЕ ПОДМИГИВАНИЯ

Мишка Барни передает привет:

Лене Чижовой, Ване Волкову, Кате Каштоянц и сотням тысяч других детей, принявших участие в нашей Национальной Игре!
Вы прикольные и классные ребята!

Мишка Барни благодарит:

Всех родителей! Спасибо, что вы меня так здорово покупаете!

Мишка Барни хитро подмигивает:

Рекламщикам всех стран! Мы с вами еще встретимся! 😊

