

Контакты: Ольга Дьяченко
olga.dyachenko@mdlz.com

Mondelēz International и Saatchi & Saatchi Russia создали персонажа для Dirol

Москва, 9 сентября 2019 — Saatchi & Saatchi Russia и Mondelez International в России предложили российским покупателям жевательную резинку Dirol со вкусом самой случайности. Представляет ее некто Джек, который раскрывает механику промо и свою легенду в рекламной кампании 360. Потребителям предлагается участвовать в промо, разгадывать загадки, выигрывать призы, качать трек Джека и повторять танцевальные движения героев мини-клипа в TikTok.

Перед агентством стояла задача придумать новый продукт, который будет отличаться от всех других на полке. Чтобы привлечь внимание к новинке, центральным элементом кампании креаторы сделали загадку. А транслировать ее и вовлекать аудиторию доверили Джеку – специально созданному персонажу, олицетворяющему саму случайность.

Игра начинается уже в момент выбора у полки. Все пачки Dirol Jack вышли в одинаковом дизайне. Но все не так просто: внутри вам могут попасться или не попасться кислые белые подушечки Джека. Проверить свои вкусовые рецепторы можно с помощью кодов, которые есть внутри каждой пачки. Есть кислый вкус – вы сорвали Jack Code и возможность выиграть другие призы!

Приглашает пользователей в игру Dirol Jack — загадочный персонаж с характером рок-звезды – перевертыша. Он скрывает свое настоящее лицо в огромной голове из папье-маше и говорит загадочным, вкрадчивым голосом. Джек ворвался в онлайн и офлайн реальности, резонируя с любопытством аудитории, заигрывая с ее желаниями и ловко подхватывая ее интересы.

Разработкой медийной стратегией кампании занималось агентство Carat (входит в Dentsu Aegis Network Russia).

Масштабная кампания 360 побила бенчмарк по регистрации кодов – 800 000 (с индексом вовлечения 4,5%, что почти в два раза выше лучших глобальных примеров) и значительно подняла продажи бренда Dirol (Доля рынка за первое полугодие +0,5pp к прошлому году по данным AC Nielsen¹)

Юрий Полонский, исполнительный креативный директор Saatchi & Saatchi Russia: «Мы получили шикарный продуктовый бриф на продвижение нового вкуса! Новая пачка и её концепция — это наш

¹ Заявление частично основано на данных на 15 августа 2019 года, содержащихся в отчетах ООО «ЭЙ СИ НИЛЬСЕН» по аудиту рознично 10 тыс. человек рынка «Жевательные резинки» (определен ООО Мон`дэлис Русь») за кумулятивные январь 2018 - июнь 2018, январь 2019 – июнь 2019.

маленький стартап. Одно из врожденных чувств людей — любопытство, на нем мы и построили всю нашу концепцию. Загадка, рулетка и лотерейный азарт. А вдруг именно мне попадется особая кислая подушечка среди тысячи одинаковых пачек. Нам удалось создать свою микровселенную с ярким персонажем и его мистическим миром. Особо горжусь тем, что продуктовый и промо концепты полностью локальные, весь VFX — локальный, SFX — тоже локальный. Спустя четыре месяца кампании наша ЦА не только узнала о новом вкусе, но и полностью ассоциирует бренд Дирол с Джеком (согласно обратной связи от студентов в рамках проведения кейса championat.com). Низкий поклон клиенту за доверие и терпение от нас с Джеком».

Мария Комбарова, менеджер по маркетингу категории жевательная резинка и леденцы, Мон’дэлис Русь:

Одним из стратегических направлений роста бренда Dirol является фокус на поколение Z. Их ценности и интересы сформированы в динамично глобализирующемся мире в эпоху интернета и геймификации!

Почти каждый этап активации, начиная с продукта и заканчивая программами в соц. сетях, содержит в себе игровые элементы – найди кислый вкус, отгадай загадки, копи баллы и тп.

Мы гордимся тщательно продуманной промо-кампанией Dirol Jack и благодарны за отклик потребителей и отличные бизнес результаты!

ТВ и OLV:

<https://youtu.be/cShuhrRFSbw>

https://youtu.be/Nv_psFza9BY

<https://youtu.be/TCn72WPzOKc>

Мини-клип: <https://youtu.be/XKMPi5kS2Tg>

Треки от Джека: <http://band.link/MOVELIKEJACK>

Состав творческой группы:

Клиент: Mondelez Rus

Директор категории «жевательная резинка и леденцы»: Илона Шеренас

Менеджер по маркетингу категории: Мария Комбарова

Бренд-менеджер: Евгения Касаткина

Креативное агентство: Saatchi&Saatchi Russia

Исполнительный креативный директор: Юрий Полонский

Стратег: Юлианна Мурадян

Копирайтер: Валентина Гарунова

Дизайнер: Екатерина Панькова

Директор отдела по работе с клиентами: Майя Цагурия, Наталья Сысоева

Менеджер по работе с клиентами: Александра Кочева

Продюсер: Алексей Васильев

Продакшн: Fibr Film

Режиссер: Юрий Марсаков

Оператор: Александра Мясникова

Продюсер: Андрей Казаков

Музыка: Fancy State

Медийное агентство Carat

Директор по работе с клиентами: Александр Мишутин

Эксперт по планированию размещения рекламы в СМИ: Александра Агибалова

Эксперт по развитию цифровых медиа: Александр Тыгер

Руководитель группы по планированию размещения рекламы в цифровых медиа: Анастасия Гаврилова

Старший эксперт по планированию размещения рекламы в цифровых медиа: Анастасия Стрелкова

Эксперт по планированию размещения рекламы в цифровых медиа: Екатерина Журавлева

Engagency

Аккаунт-директор Осипова Венера

Аккаунт-менеджер Казакова Анастасия

Креативный директор Гордеев Дмитрий

Старший креатор Шлезингер Яна

Стратег Мариам Якуба

Saatchi&Saatchi Russia — глобальная сеть коммуникационных агентств, насчитывающая 140 офисов в 76 странах мира. В Saatchi & Saatchi работает более 7000 человек, первое агентство сети было создано в 1970 году в Лондоне, штаб-квартира находится в Лондоне. С 2000 года сеть входит в коммуникационную группу Publicis Groupe. Подробнее о московском представительстве сети можно узнать на сайте www.saatchi.ru

ООО «Мон'дэлис Русь» (www.mdlz.ru, входит в группу компаний Mondelēz International) работает на российском рынке более 20 лет. Компания выпускает известные россиянам бренды, такие как шоколад Alpen Gold, Milka и Picnic, печенье «Юбилейное», Oreo, бисквит «Медвежонок Барни», соленый снек TUC, жевательная резинка Dirol и леденцы Halls. Заводы компании расположены во Владимирской и Новгородской областях. Компания активно инвестирует в российскую экономику и осуществляет масштабные социальные и благотворительные проекты.



*Полносервисное медийное агентство **Carat** входит в коммуникационную группу Dentsu Aegis Network, работает на российском рынке с 1996 г. Специализируется на разработке и проведении интегрированных коммуникационных кампаний, создании кросс-медийных рекламных решений, в основе которых лежат digital-технологии.*

Среди клиентов агентства: OTC Pharm, Mondelez, Danone, MTC, Philips, BMW, Disney, JDE, Kellogg's, MasterCard, Oriflame, Yandex и др.

Лучшая агентская медиа сеть в мире по версии RECMA с 2013 года.

Carat – лидер [рейтинга](#) медиаагентств 2019. Генеральный директор Carat – Дарья Куркина.