

A

ANASTASIYA

Flowers by L & Z

choco
late

КОНТЕКСТ

В последние годы наблюдается общая тенденция снижения спроса на цветы, как на способ проявления любви в День святого Валентина (14 февраля).

Это парадоксально, ведь преподнести такой подарок, как символ восхищения, любви и привязанности, принято с давних времен. Вне зависимости от возраста и расстояния между людьми можно и нужно напоминать о своих чувствах, говорить человеку, насколько он вам дорог.

ЗАДАЧА

Перед цветочным агентством «Anastasiya» и его партнером «Chocolate» возникла задача: напомнить аудитории о возможности проявления любви через приятные комплименты (цветы и кондитерские изделия) и увеличить спрос на 14 февраля.

РЕШЕНИЕ

Решением стало создание рекламного ролика. Ключевая идея: вне зависимости от возраста и расстояния можно дарить заботу близким, и сделать это достаточно просто.

В сюжете показаны разные ситуации, люди и время, чтобы дать понять широкой аудитории, каково это - видеть счастье в глазах родных от подаренной любви, обличенной в букет цветов или сладкое лакомство.

В нашем ролике полностью отсутствуют профессиональные актеры — это самые обычные люди, которые впервые оказались на съемочной площадке.

РЕЗУЛЬТАТЫ

После просмотра ролика заметно увеличилась лояльность аудитории как к самим брендам, так и к культуре дарения цветов и сладостей в целом.

Мы получили более 200 положительных комментариев, 2 500 лайков и 56 500 просмотров. Роликом поделились более 500 раз.

Онлайн-результаты сопровождались приростом торговли в праздничные дни (13 и 14 февраля): у «Chocolate» на 26% и у «Anastasiya» на 18% по сравнению с 2022 годом.

Заказы из-за границы также показали прирост — на 35% увеличились продажи у «Anastasiya».

20% клиентов стали запрашивать сетки из цветов и выпечки, при том что ранее таких запросов не наблюдалось.





Также по итогам коллаборации к кондитерской был установлен холодильник с цветами. Такое решение уже имеет успех, хотя еще не прорекламировано.

