



■ Концепция видеоформления
арт-объектов ТРЦ «Хорошо!»

Вращение – это жизнь

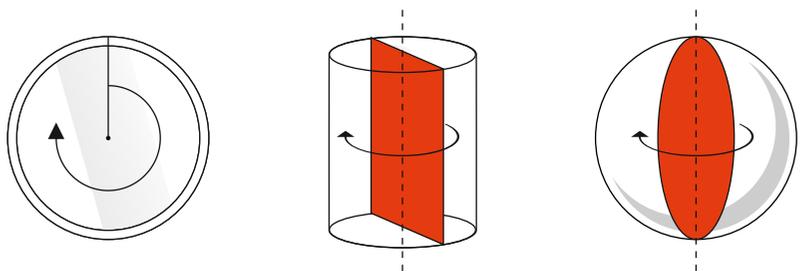
идея



Происхождение и логика идеи

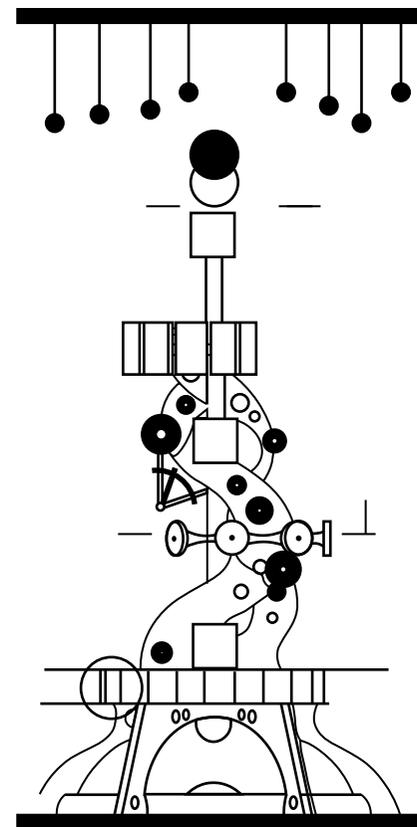
Вращение

Все экраны ТРЦ «Хорошо!» сильно различаются между собой по размеру и по форме. В то же время, они имеют одну общую (и очень важную на наш взгляд) геометрическую особенность – это «формы вращения». Другими словами, все формы экранов можно получить путем вращения геометрических фигур – в нашем случае правильных окружностей и прямоугольников.



Круглые экраны сами по себе являются кругами, цилиндрические экраны получены вращением прямоугольников, а сферы – вращением окружностей.

Архитекторы ТРЦ «Хорошо!» изначально заложили в INDOOR-носители тему вращения, поэтому имеет смысл его использовать как в коммерческой рекламе, так и в саморекламе.



Как вращение связано с нашей задачей?

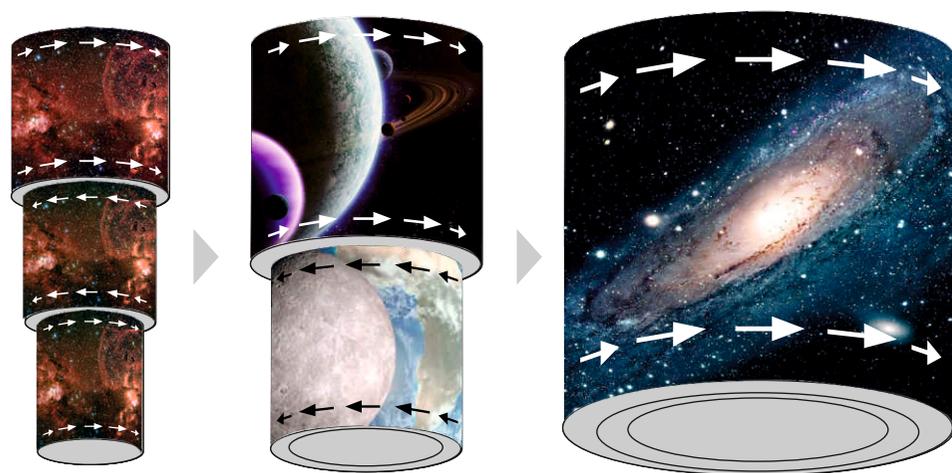
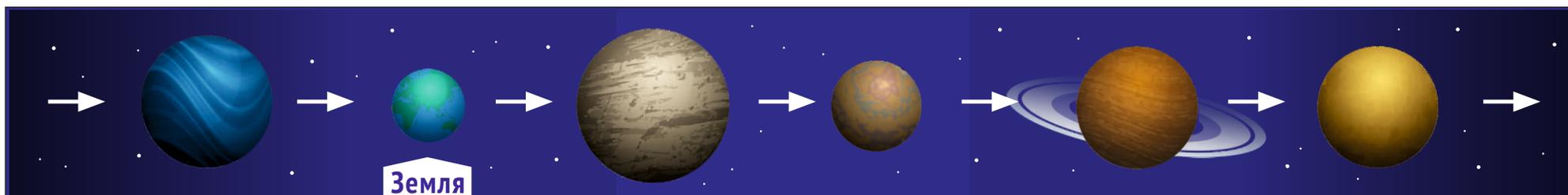


Напрямую:

1. Видео верхних сферических экранов «вращается» вокруг своих вертикальных осей (что создаст иллюзию вращения планет)



2. Экраны циферблатов могут демонстрировать видео вращения Солнечной системы вокруг своего центра – Солнца



3. Видео нижнего «пояса экранов» может «крутить» укрупненные круговые панорамы далеких звезд и планет. Может даваться текстовая информация (названия планет, и т.д.)

4. Цилиндрические экраны арт-объекта «Телескоп» могут демонстрировать вращающиеся панорамы (галактические, звездные и планетарные)

Общая картина для арт-объекта «Время»

Мы можем рассмотреть каждый объект по-отдельности

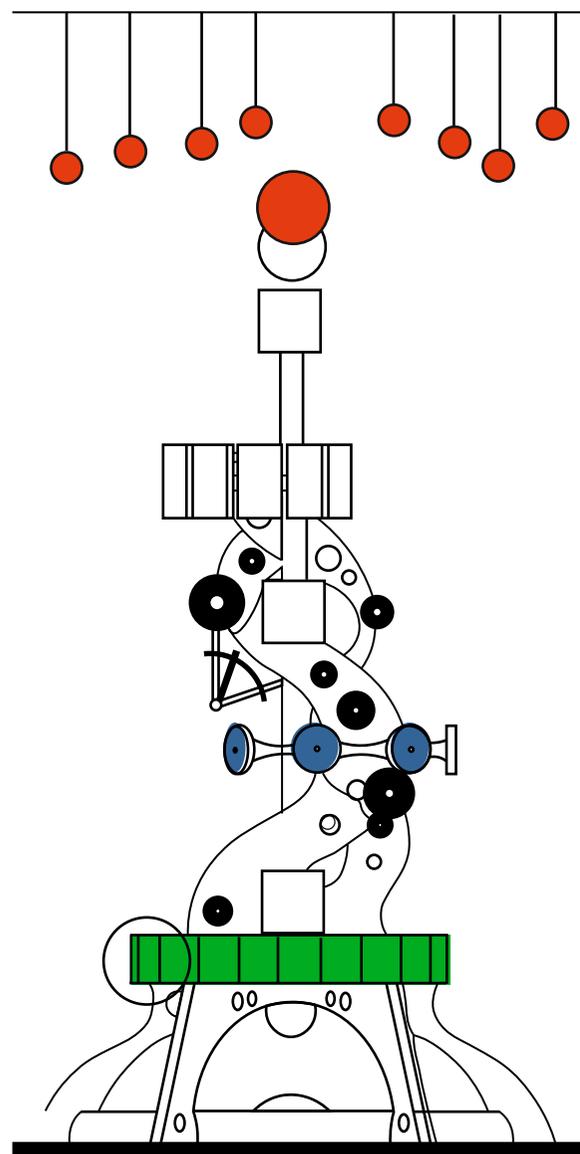
Ряд планет

Мы видим схематическое устройство Солнечной системы, а совершив быстрый отъезд – вращающуюся спираль Галактики

Солнечная система

Мы видим панорамные космические виды

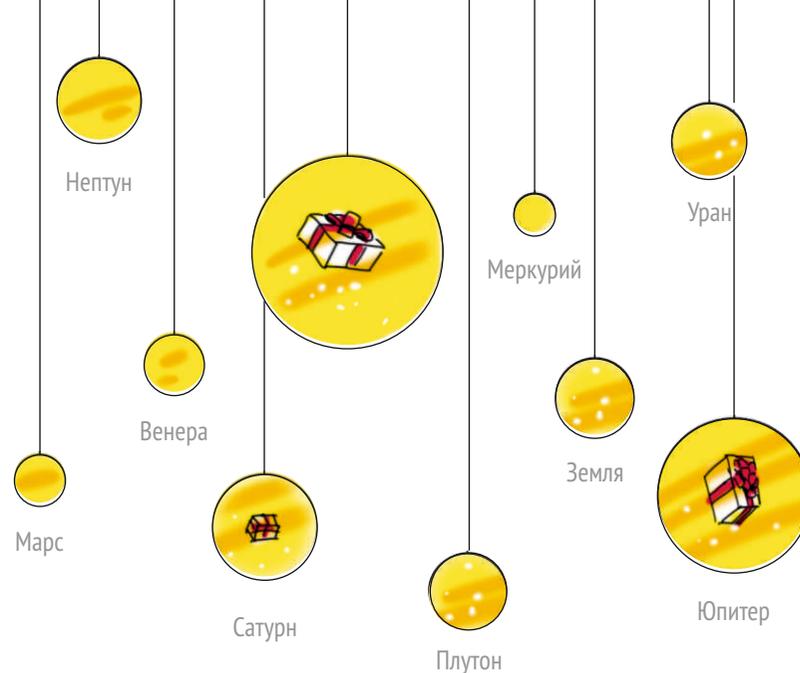
Панорамные виды



Визуализация «водоворота подарков»

На этом слайде собраны все медиа экраны ТРЦ «Хорошо!» (для арт-объектов «Телескоп» и «Время»).

Идея «вращения» удачно адаптируется на всех носителях (с учетом их особенностей по форме и масштабу).



«Пояс экранов»

Некоторые плюсы идеи «Вращение»

⊕ Скорость и внимание зрителей

Вращение привлекает внимание людей – ведь это один из типов движения. При этом его интенсивность можно регулировать – плавное вращение может служить эмоциональным «фоном» ТРЦ, тогда как быстрое – эффективным инструментом для гарантированного привлечения внимания посетителей.

Скорость контента, как и внимание зрителей можно регулировать.

⊕ Цикличность контента

Еще одним важным плюсом «идеи вращения» является ее естественная цикличность – так, панорама Солнечной системы сделав полный оборот на 360 градусов начинает себя повторять... То же самое произойдет с контентом на сферических и цилиндрических экранах – они образуют замкнутые циклы, которые можно синхронизировать друг с другом.

Цикличность – очень полезное свойство для огромного (12-часового) «медиа эфира» современного ТРЦ.

⊕ Адаптируемость идеи

Вращение не является в чистом виде идеей, скорее это стильный и удобный (для данных технических условий) способ донесения информации и настроения. Именно по этой причине вращение подойдет не только для «космической» темы, но и практически к любой другой.

Тему вращения можно адаптировать в другую идею, например идея «Водоворот подарков».



Волшебный фонтан

идея



Работающий штамп

Привычные вещи скучны и не привлекают внимания людей...

«Лето-Осень-Зима-Весна» – это давно избитая тема оформления ТРЦ.

Тема времен года (чаще всего) является не столько эмоциональным фоном торгового пространства, сколько маркетинговым инструментом, который продвигает сезонные продажи, скидки, акции. Эта тема анонсирует, информирует и побуждает ЦА.

Именно поэтому мы предлагаем НЕ бояться использовать тему «Времена года». Ведь она делает главное для любого магазина – она продает.

И в то же время мы против откровенных штампов, поэтому подготовили (чуть более) оригинальное «прочтение» сезонной темы, для которой придумали не менее оригинальное название – «Волшебный фонтан»...

На данную тему нас вдохновил центральный и очень цельный (на наш взгляд) арт-объект ТРЦ «Хорошо!» – «Телескоп». В этом объекте мы увидели возможность просто и понятно донести свою главную мысль.



Волшебство

Вверх!

Итак, «Телескоп» – это НЕобыкновенный фонтан, в котором любые объекты ведут себя против привычной земной логики – они сначала падают вниз, а потом... улетают вверх! (В обычном фонтане все наоборот).

Объекты могут быть разные, но логика их поведения одна.

Что это даст??

Во-первых, чисто психологически, любое движение вверх для людей это Хорошо. Это позитив, это открытие нового, это перспектива.

Во-вторых, отсутствие притяжения само по себе является волшебством. Ведь ТРЦ «Хорошо!» – это магия подарков и хорошего настроения. Это «невесомая» тема космоса (во «Времени»), это легкость покупок и вполне подъемные цены!



Идея

Времена года + Вверх!

Соединив тему времен года с «Волшебным фонтаном», мы получим следующие оригинальные и эмоциональные образы:

- желтый листопад улетающий вверх (осень)
- снегопад засыпающий небо (зима)
- поднимающиеся к солнцу цветы черемухи (весна)
- и т.д.

К слову, подобная схема отлично работает с другими темами:

- сверкающий вихрь золотых монет (скидки)
- улетающие коробки и сумки (покупки подарки)
- левитирующие люди (развлечения для всей семьи)
- и т.д.

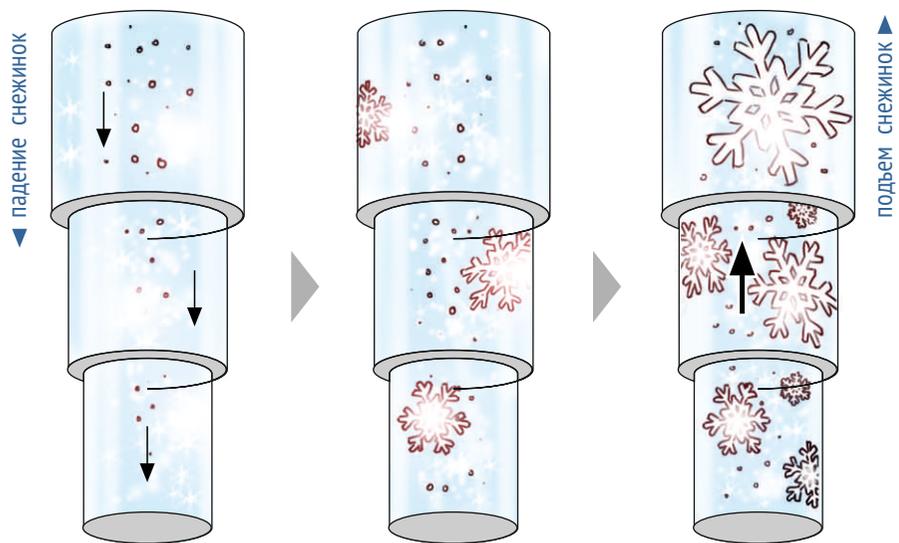
Тему можно развивать и дальше, ведь работает принцип:

Вверх! = Позитив! = Хорошо!

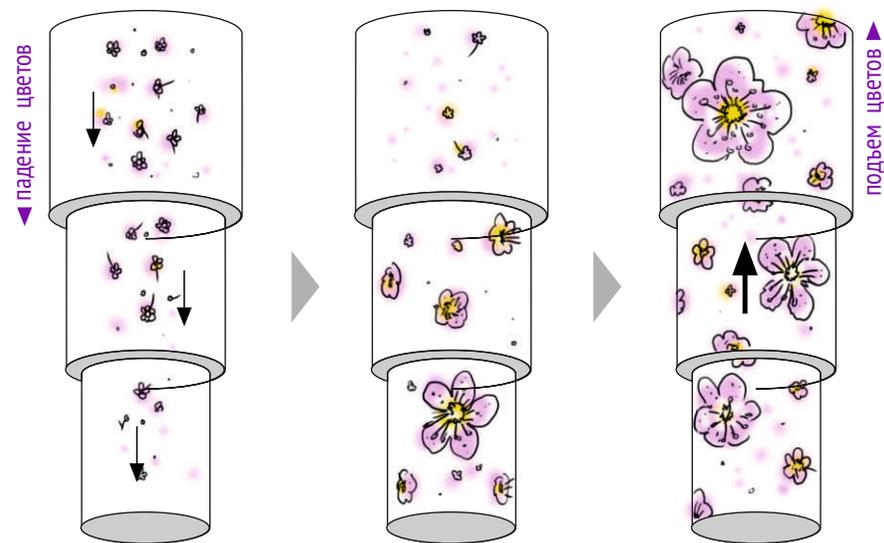


Раскадровка анимации

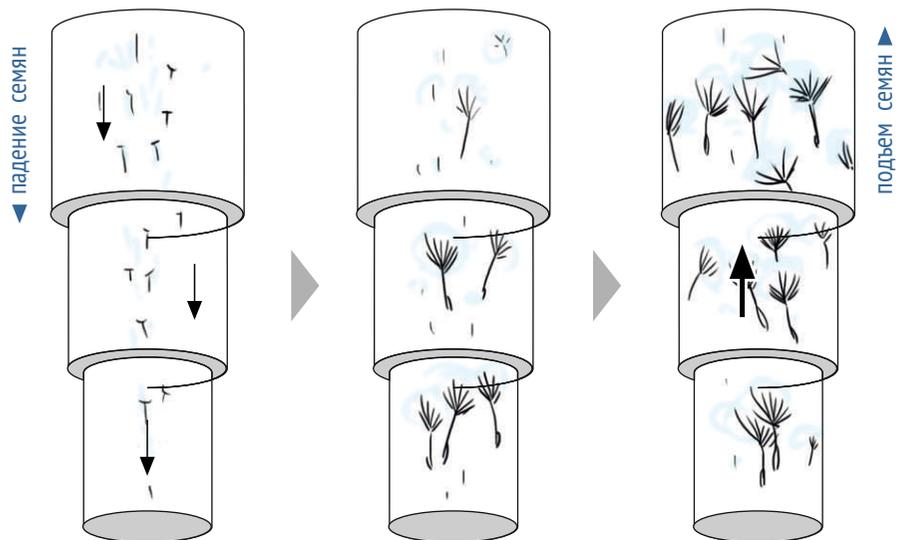
Простой сценарий анимации «фонтана» на все случаи – мелкие объекты сначала падают, чуть позже он взлетают (но уже в укрупненном виде)



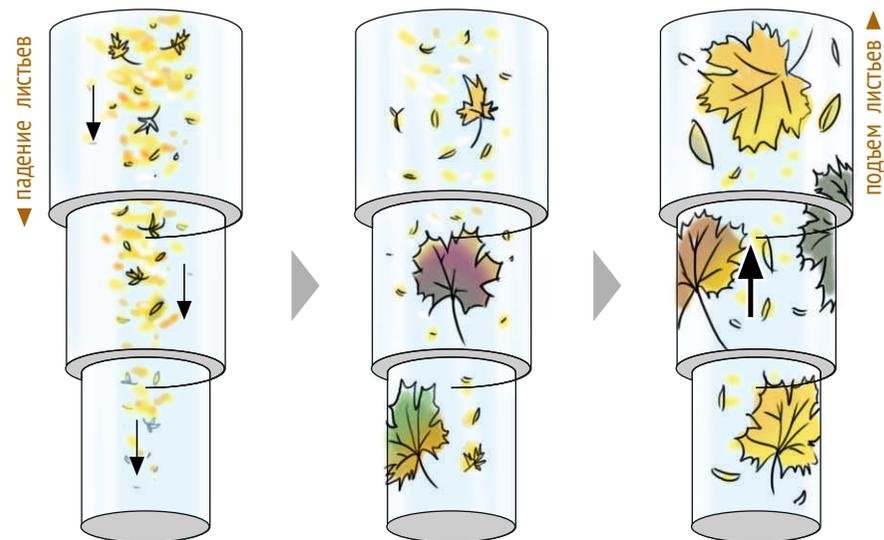
Зима (снежинки)



Весна (цветы черемухи)



Лето (летят семена одуванчиков)

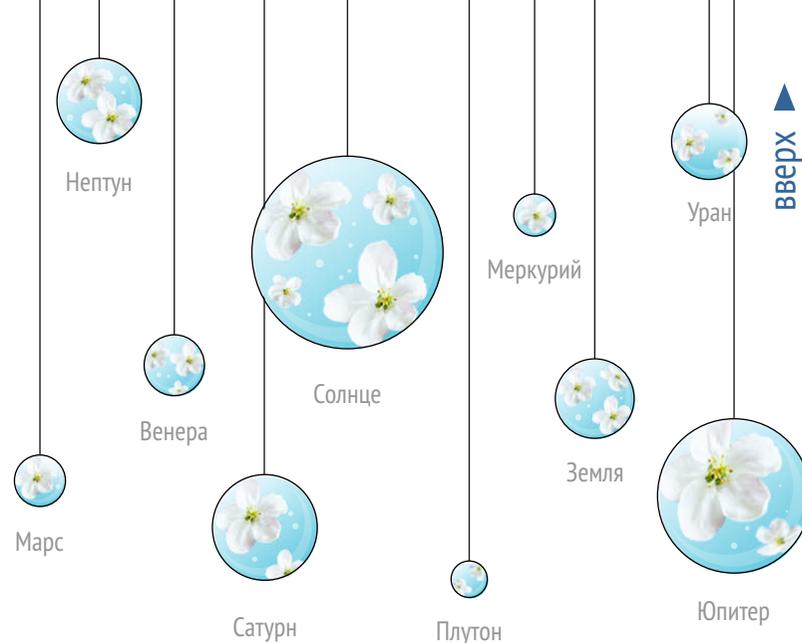


Осень (листопад)

Визуализация «фонтана»

На этом слайде собраны все медиа экраны ТРЦ «Хорошо!» (для арт-объектов «Телескоп» и «Время»).

Идея «фонтана» удачно адаптируется на всех носителях (с учетом их особенностей по форме и масштабу).



«Солнечная система»



«Циферблаты»



«Телескоп»

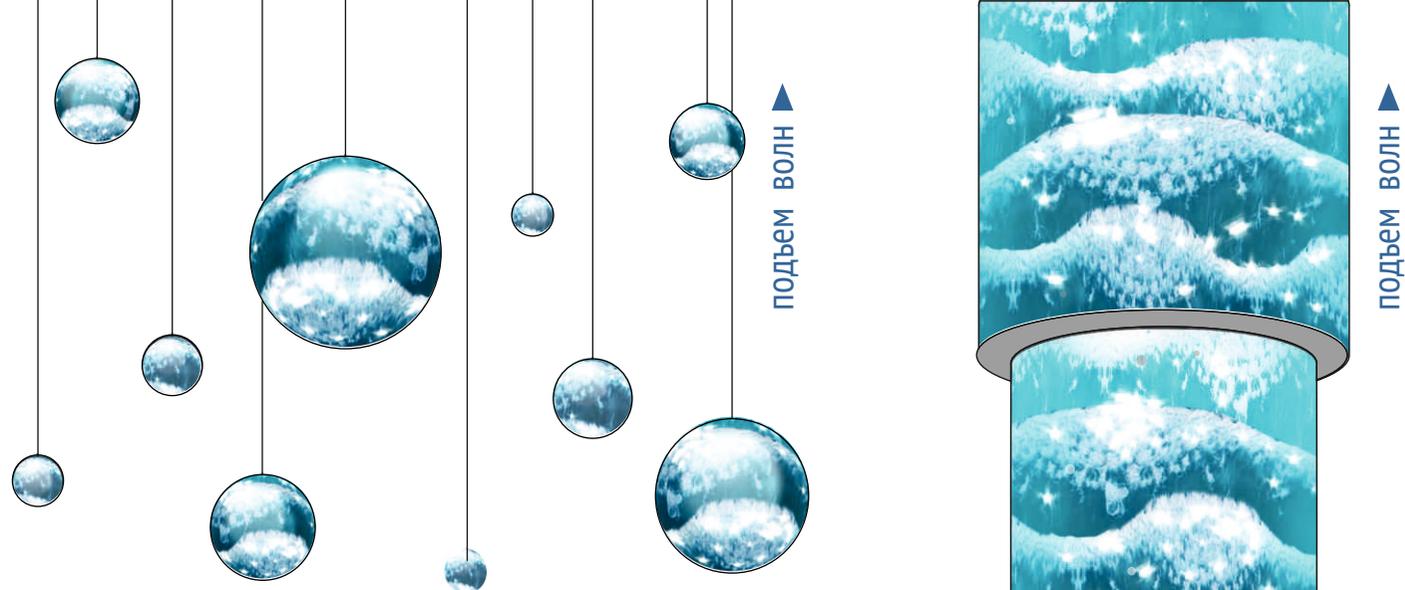


«Пояс экранов»

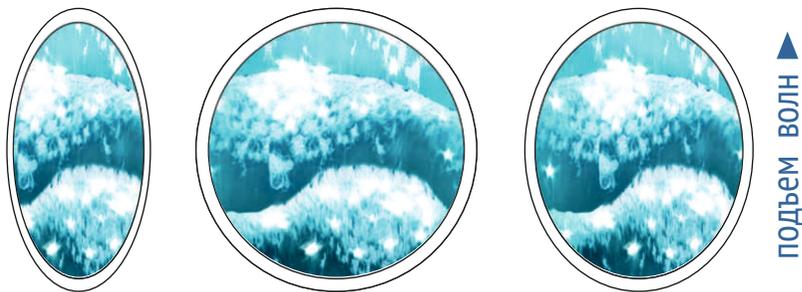
Визуализация «фонтана» с морскими волнами

На этом слайде собраны все медиа экраны ТРЦ «Хорошо!» (для арт-объектов «Телескоп» и «Время»).

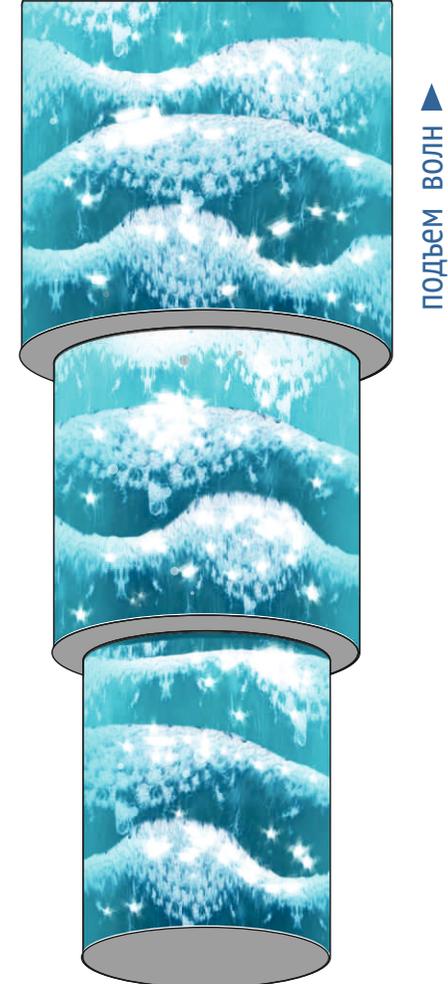
Идея «фонтана» удачно адаптируется на всех носителях (с учетом их особенностей по форме и масштабу).



«Солнечная система»



«Циферблаты»



«Телескоп»



«Пояс экранов»

Некоторые плюсы идеи «Вверх!»

- ⊕ Проверенный инструмент
Ребрендинг уже проверенного инструмента продаж
- ⊕ Эффективный посыл
Простой и интуитивно понятный принцип и образ:
Вверх! = Позитив! = Хорошо!
- ⊕ Потенциал развития
У идеи большой потенциал развития



«Огненная» тема

идея



Эстетика, но не идея

Исполнение

Тема огня изначально входила в концепт ТРЦ «Хорошо!» (одна из 4-х стихий). Исходя из этого, мы предлагаем рассматривать ее не как креативный концепт, а тему «на исполнение».

Стоит пояснить: есть рекламные кейсы в которых главным элементом является креативная мысль (идея), а есть кейсы «на исполнение» (или уровень исполнительского мастерства). Нам кажется, что второй подход в данном случае более уместен. «Огненную» тему не стоит перегружать излишними отвлеченными подтекстами, и вот почему:

- образ огня выразителен и понятен сам по себе
- образ огня может быть бесконечно разным (вариативным) как по своему настроению, так и форме (что подходит к разным формам экранов)
- в определенных сюжетах образ огня может стать негативным и даже угрожающе опасным, если пытаться добавлять к нему дополнительные образы (негатив идет в сочетании с темой людей, отдыха, покупок, и много другого)



Огонь

Исполнение

Мы предлагаем в данной теме «вкладываться» не в креативную идею, а в технику исполнения анимации. На наш взгляд огонь должен быть:

- максимально живым и естественным (3D-графика, или покупка видео на стоках)
- максимально «домашним» и НЕ агрессивным (ассоциации с уютным домашним очагом, а не домашним пожаром)
- оригинальным по анимации (красивые огненные водовороты, спирали, кольца, «дорожки» и их всевозможные комбинации)



Визуализация «огня»

На этом слайде собраны все медиа экраны ТРЦ «Хорошо!» (для арт-объектов «Телескоп» и «Время»).

«Огненная» идея удачно адаптируется на всех носителях (с учетом их особенностей по форме и масштабу).



«Солнечная система»



«Циферблаты»



«Телескоп»



«Пояс экранов»

Некоторые плюсы «Огненной» идеи

⊕ Красиво

Идея может быть красиво и динамично реализована на практике.

⊕ Финальная точка

Идея станет ярким завершающим эпизодом в сценарий из 4-х актов («4-х стихий» ТРЦ «Хорошо!»)



+ Лото

идея



Идея по увеличению лояльности покупателей (WOW!-момент)

Лотерея «Хорошо-о-о!»

В большом холле ТРЦ «Хорошо!» многочисленные посетители задрать головы смотрят на огромный лототрон, похожий скорее на телескоп из трех цилиндров...

У каждого из собравшихся в руках купон с оригинальным трехзначным числом. В толпе растет напряжение... Но вот звучит торжественная музыка, после чего а на экране начинается обратный цифровой отсчет: 5 – 4 – 3 – 2 – 1 – 0... Старт!

Внезапно, из крыши верхнего цилиндра «высыпается» огромное количество разноцветных шариков с черными номерами... Звучит веселая музыка, стук шаров и интригующие комментарии Ведущего...

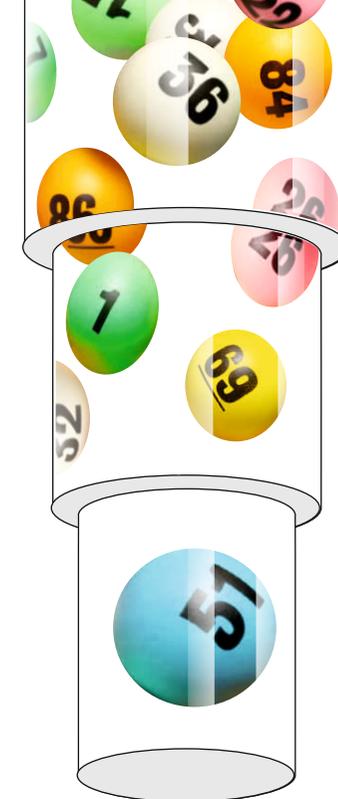
Яркие шарики хаотично носятся в потоках воздуха...

Но все глаза присутствующих устремлены на нижний (самый малый) цилиндр – ведь именно туда должен упасть выигрышный шар. Пока же на этом месте мигает только знак вопроса...

Еще минута... Вспышка света... Удар литавр... И счастливый шар выпадает! Это номер 51!

Победитель в толпе радостно вскидывает руки... Ведущий поздравляет игрока 51 и приглашает его на «Пьедестал победителей» – ожидать вручения своего приза.

В холле немного темнеет и снова запускается розыгрыш (второго шара из 10-и призов от ТРЦ «Хорошо!»).



Именно так мы предлагаем нестандартно использовать объект «Телескоп», тем самым повышая лояльность покупателей к ТРЦ «Хорошо!».

Немного о технической реализации:

- все элементы промо делаются в 3D-графике
- розыгрыш номеров происходит по-честному – компьютер в режиме случайных чисел выбирает номер-победитель, просто проявляя его в последний момент на выпадающем шаре
- купоны участников распределяются ТРЦ заранее, по одной из типовых для подобных случаев схем (за покупки, за потраченные суммы, за подарочные сертификаты и пр.)
- подобные розыгрыши могут проходить регулярно (каждый месяц, квартал, праздники)
- арт-объект «Время» не является центральным в этой истории, в то же время он может нести аналогичную стилистику лотто, анонсировать акцию, демонстрировать выигрышные номера и призы победителей