



Kurkoff

Презентация конструкции павильона и ряда
рекламных идей для осенней выставки «Куркофф»

— 2017 —



Позиционирование

«Куркофф» – это магазин-мультибренд (13 брендов под одной крышей).

Образ

«Куркофф» – это кастрюля-мультиварка (в которой 13 продуктов «варятся» под одной «крышкой»).

Преимущество

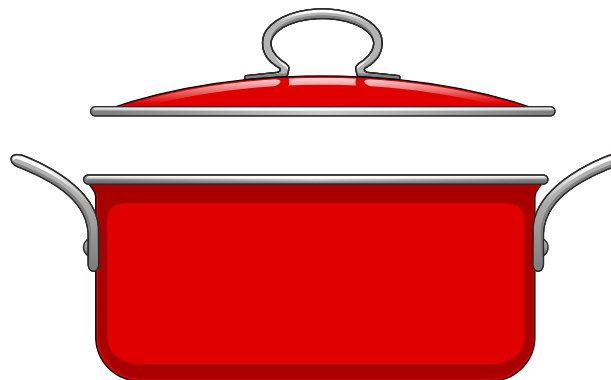
За счет яркого образа магазин «Куркофф» получит рекламное преимущество над другими участниками осенней выставки.

Выбор образа – кастрюли



Классический

Данный тип формы характеризуется простотой основных углов и линий, максимальной функциональностью



Утонченный

Этот тип формы отличает подчеркнутая утонченность, выраженная в тонких ручках и округлых изгибах всех форм



Современный

В основе дизайн этого типа лежит угловатая функциональность, в сочетании с полным отказом от кастрюльной «классики жанра»

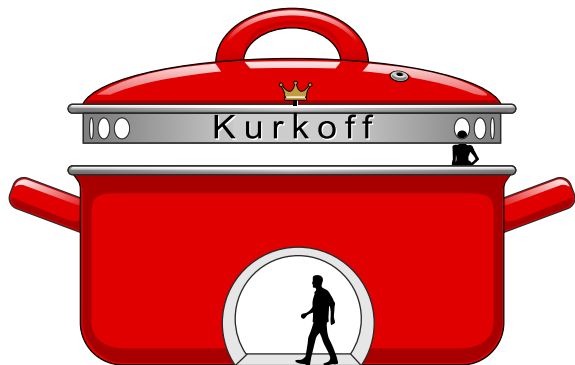
3 направления

Вариантов дизайна кастрюль очень много, но основные направления можно свести к 3-4 типам. Надо выбрать наиболее близкое направление именно для «Куркофф».

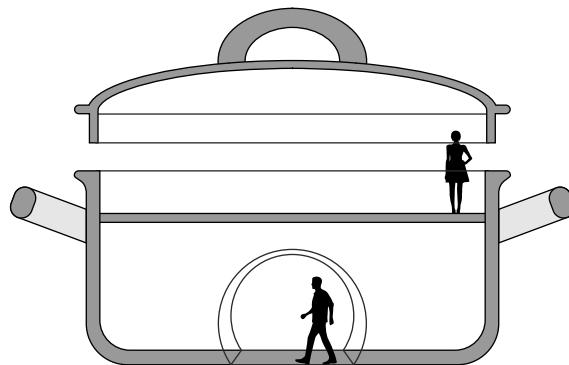
Комбинирование

Предложенные здесь варианты не являются догмой, большинство составляющих их элементов взаимозаменяемы – их можно менять удалять и комбинировать.

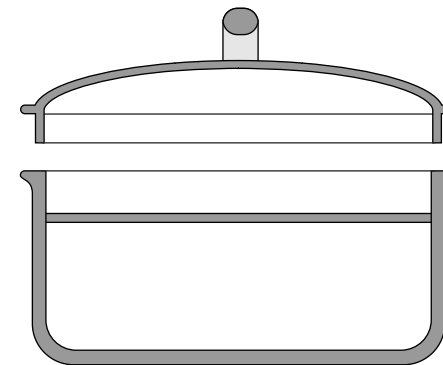
Павильон «кастрюля». Основные ракурсы и сечения



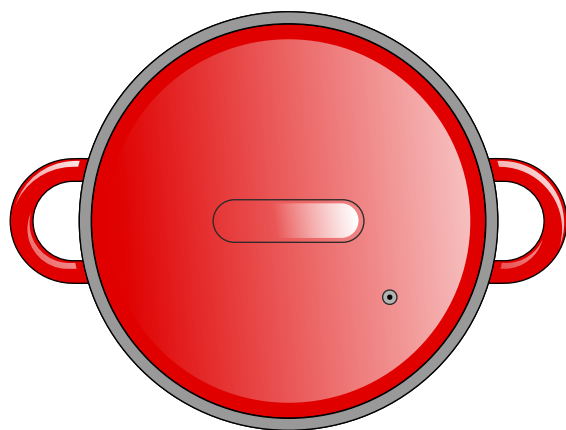
Фронтальный вид



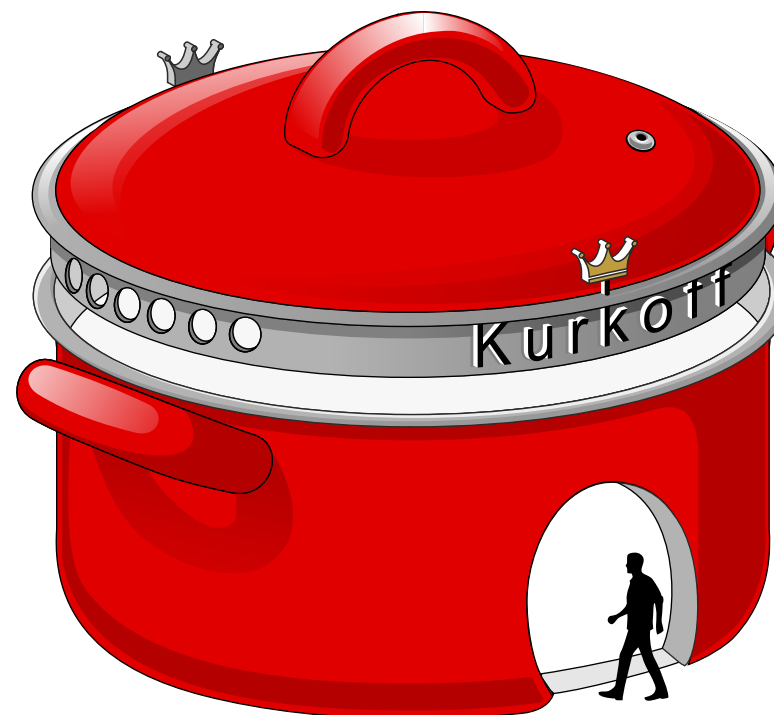
Фронтальный разрез

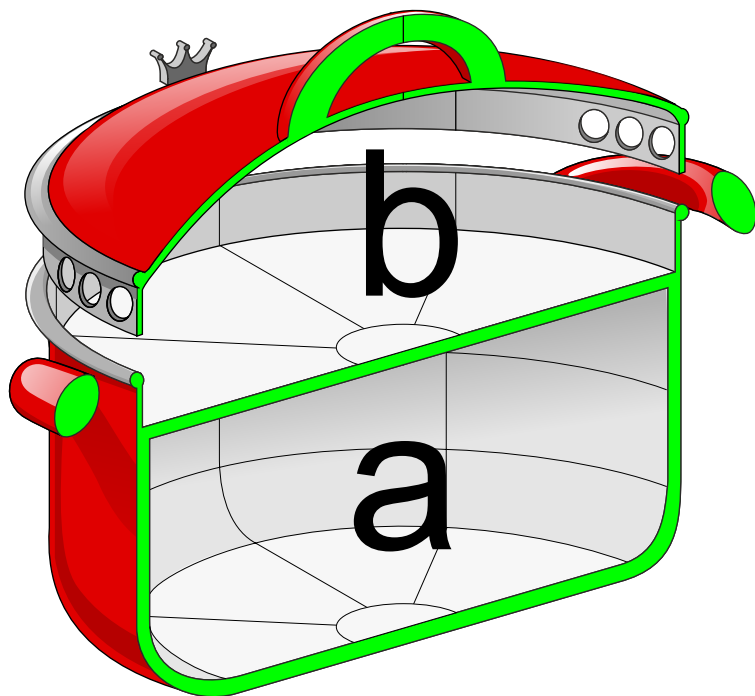


Боковой разрез



Верхний вид





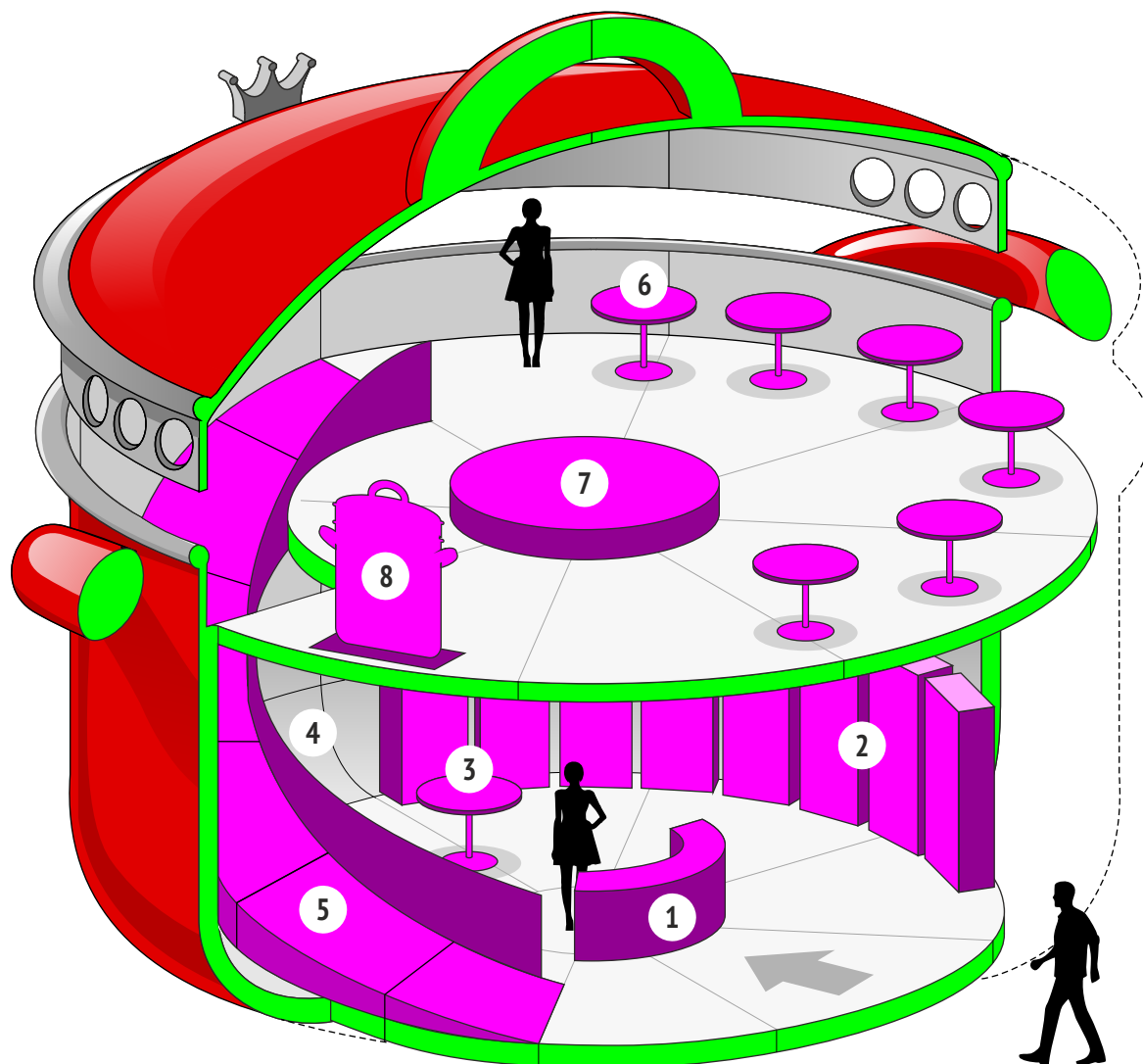
Закрытая и открытая зоны

Если логически идти от выбранной формы (кастрюли с приоткрытой крышкой), то волей-неволей приходят 2-а очевидных решения:

- a.** сделать первый этаж (относительно) **закрытой зоной**
- b.** сделать второй этаж **открытой зоной** (т.е. террасой)

Эти решения не выдуманы, а идут именно формы кастрюли.

Распределение «ролей» между этажами. Вариант планировки



Этажи и их роли

Дизайн выставочного павильона в виде кастрюли, самой своей формой диктует двухэтажное строение. Таким образом, встает вопрос распределения «ролей» между первым и вторым этажами – какие функции каждый из них должен выполнять?

Вот одно из возможных предложений:

1-й этаж

1. рецепция на входе
2. стеллажи с продукцией
3. небольшая переговорная зона
4. подсобное помещение (под лестницей)
5. радиальная лестница

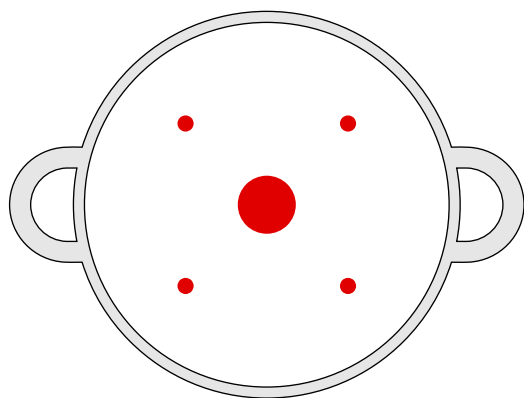
2-й этаж

6. большая переговорная зона (столы и стулья вдоль террасы)
7. промо-площадка (эстрада)
8. пресс-вол (для фотографирования)

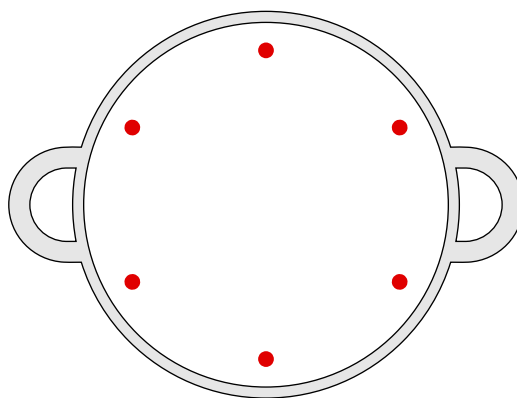
Лестница

Межэтажную лестницу можно выбрать из разных видов, но для круглого павильона лучше подойдет радиальный вариант. У такой лестницы ступени будут вращаться относительно вертикальной оси павильона.

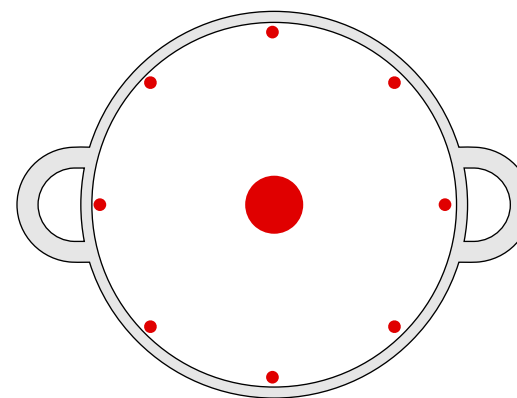
Варианты опор для «кастрюльной крышки»



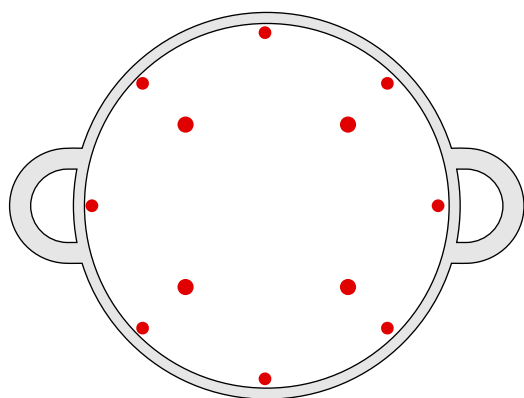
5 точек опоры



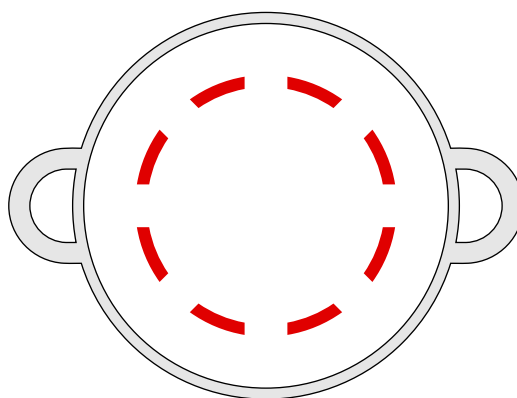
6 точек опоры



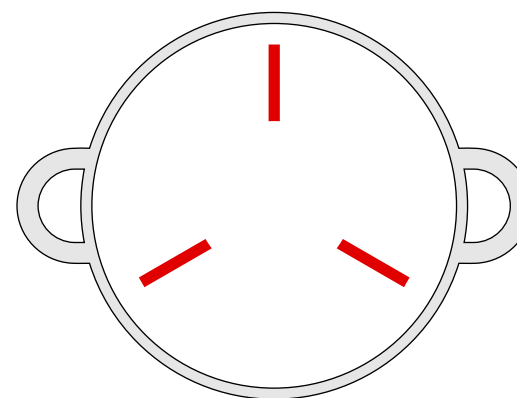
9 точек опоры



12 точек опоры



8 точек опоры



3 точки опоры

«Крышка в воздухе»

Если будет выбран вариант «кастрюли» с «висящей в воздухе» крышкой, то потребуется придумать специальную систему опор поддерживающую ее.

Варианты

Предложенные здесь варианты объединяет одна задача – «крышка» должна казаться зрителю максимально невесомой, она должна легко «парить» над кастрюлей.

Позиционирование магазина - мультибренда



Визуализация

«Куркофф» – магазин-мультибренд, его рыночное позиционирование. И это является важной информацией для целевой аудитории, которая должна быть не только громко озвучена на предстоящей выставке, но обязательно еще и визуализирована. Лучше всего визуализацию делать на основе яркого образа, ведь текст + эмоциональная картинка всегда лучше работают, чем (чаще всего) скучный текст.

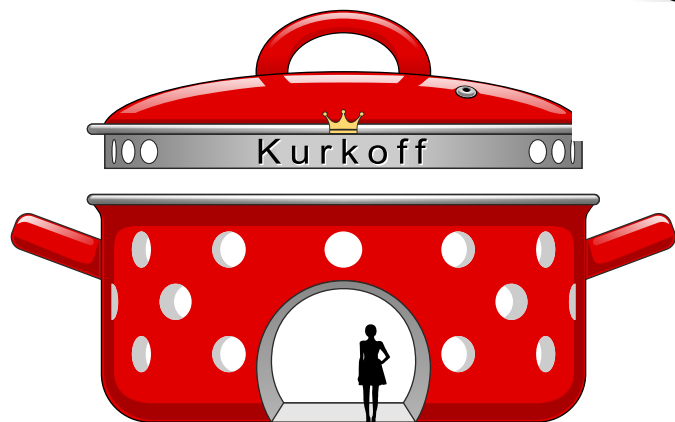
«В горошек»

Именно поэтому у красной кастрюли с дизайном **в крупный белый горошек** появляется плюс – она сразу становится более эмоциональной, живой и даже милой. Итоговый образ будет таким – кухонные бренды все вместе буквально «варятся» под одной крышей/крышкой павильона/кастрюли «Куркофф», перемешиваясь друг с другом, с сотрудниками и бизнес-партнерами в едином объеме выставочной конструкции.

«Белый горошек» как элемент конструкции



Светящиеся лайтбоксы



Малые отверстия



Крупные отверстия

«Горошек»

«Белый горошек» – может быть не только декоративным, но и вполне функциональный элемент дизайна. Для него есть целых два практических применения:

- **множество ярко-белых лайтбоксов** круглой формы могут сделать красную «кастрюлю» мерцающей, «живой», еще более привлекающей внимание ЦА
- **круглые отверстия**, которые сделают стену первого этажа более открытой, выставочной

WOW-момент на открытии павильона



Соревнование

Любая выставка это всегда ярмарка тщеславия, соревнование ее участников в «неофициальном зачете» – У кого лучше место? У кого больше павильон? У кого креативнее? У кого интереснее? И т.д. Именно поэтому открытие павильона «Куркофф» должно стать событием всей выставки, событием о котором будут говорить, писать и снимать.

Wow-идея

Гигантская дымящаяся кастрюля – чем не кульминационная точка в открытии павильона? Это не будет долго, но это будет очень ярко – из-под огромной крышки «кастрюли» в конце презентации повалит белый, густой (и при этом совершенно безопасный) дым... Это эмоции, яркие фото и множество лаков в социальных сетях.

Реализация

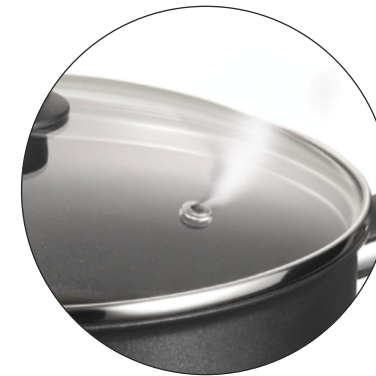
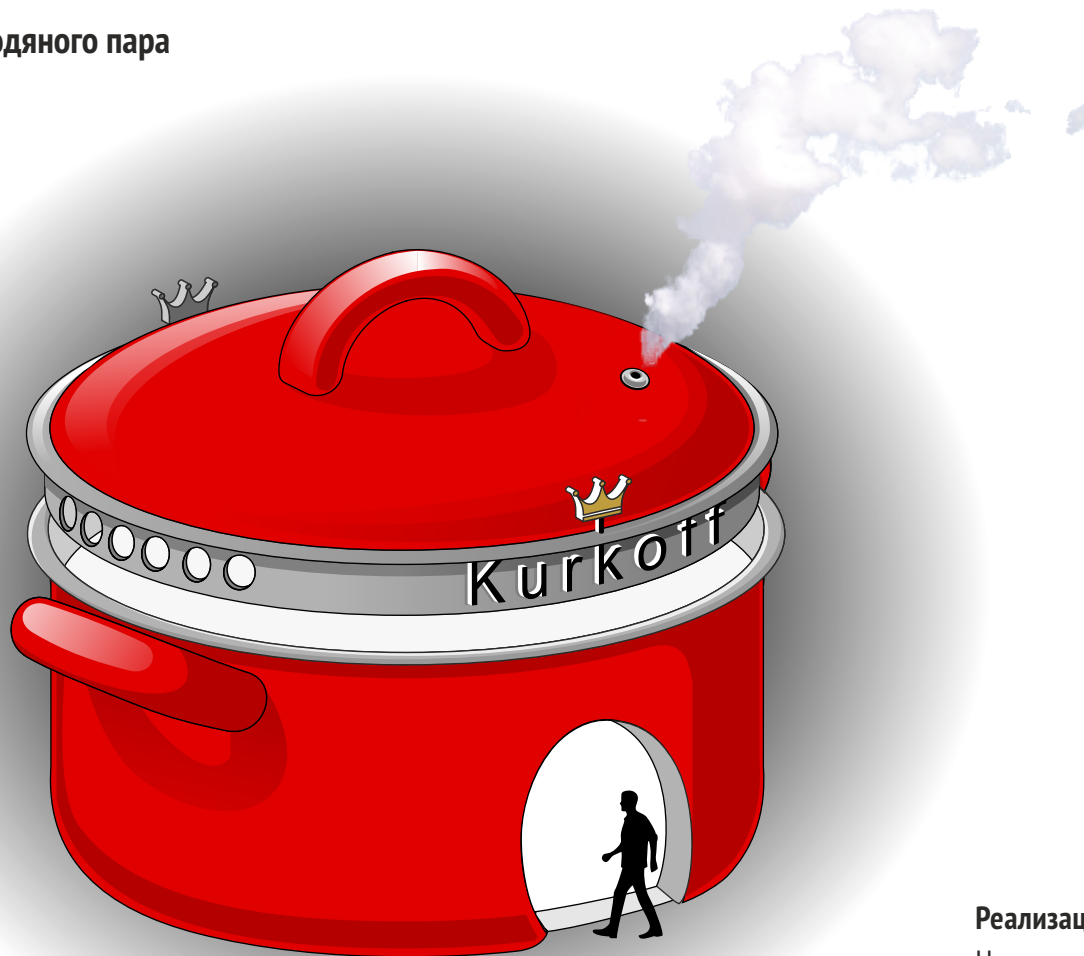
Для решения этой задачи НЕ хватит парогенератора (предложенного ранее для магазина). Но описанный эффект можно получить с помощью инструмента из шоу-бизнеса – генератора дыма.

Покупка генератора дыма не дорогая. Вот одна из множества ссылок с картинками и подробным описанием:

http://fogmart.ru/point/machine_fog_x900/



Струя водяного пара



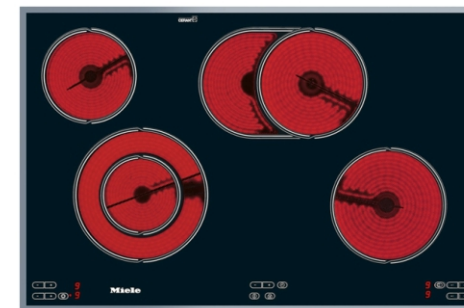
Реальный прототип идеи

Реализация

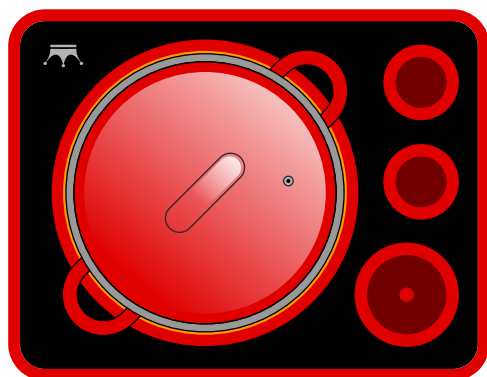
Несмотря на (возможное) использование генератора дыма на открытии выставки, использование водяного парогенератора вполне вероятно – одно другому точно не мешает:

- 1. Генератор дыма** – эффектный, но очень краткосрочный фокус на открытии павильона.
- 2. Генератор пара** – не так эффектен, но способен продолжительно долго выпускать струи белого пара в отверстие «кастрюльной крышки» павильона. На протяжении всей выставки.

Выставочная площадка



Плита – прототип идеи



Вид сверху на выставочную площадку «Куркофф»

Прямоугольник и круг

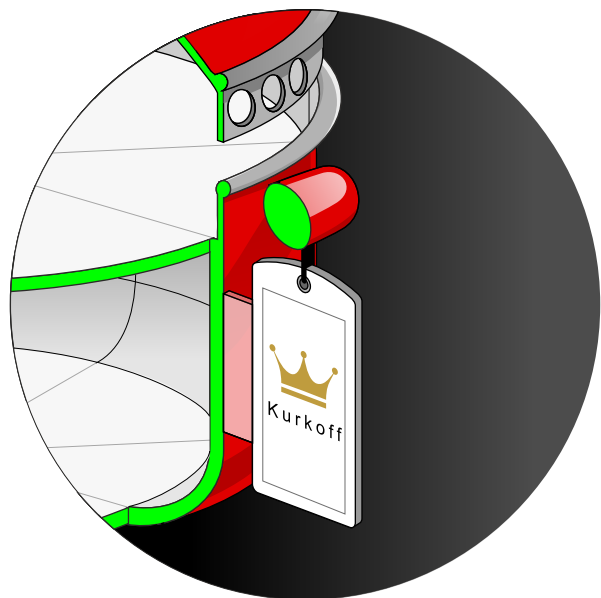
Павильон это естественный центр любой выставочной экспозиции. Но в выставочном проекте «Куркофф», помимо красной «кастрюли» добавляется еще и прилегающая зона прямоугольной формы. А это означает, что периметр и углы у такой площадки свободны. Что можно использовать.

Электрическая плита

Есть возможность «докрутить» и без того яркий образ «кастрюли», тем самым поставив в эффектной идее эффектную точку... Пусть круглый павильон «Куркофф» стоит не на полу, а на «электрической плите». Такой «плитой» может стать площадка с разметкой в форме квадрата с несколькими стилизованными окружностями-«конфорками».

Данная идея проста, не дорога в реализации, но будет иметь хороший рекламный эффект.

Торговая бирка



«Бирка» на «ручке» – с одной стороны экран, а с другой – статичный брендинг



Фронтальный вид

Интересная, но необязательная вещь

Рекламный объект о котором пойдет речь НЕ является обязательным для павильона «Куркофф». Это всего лишь ВОЗМОЖНОЕ дополнение к основной конструкции. Тем не менее, данный артефакт обладает рядом уникальных рекламных возможностей, на которые нужно обратить внимание.

Современный язык рекламы

Оригинальный павильон в виде парящей паром кастрюли это хорошо. Но все же это статичный образ... Тогда как современная реклама стремится привлечь публику любого рода движением, звуком, интерактивным контентом. О подобной опции, имеет смысл подумать и для «Куркофф»...

Видео экран

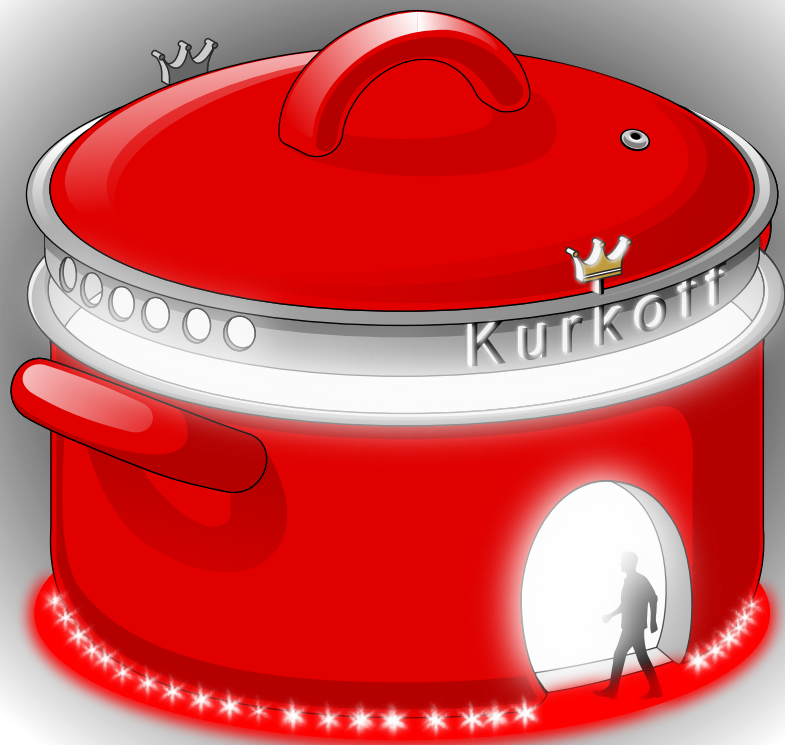
У павильона «кастрюля» есть целых две ручки. Это чистый воды декор, без каких-либо функций, но при желании это легко исправить, повесив на одну из них торговую «бирку»... А точнее большой цифровой экран, под нее стилизованный. Такой рекламный объект, даст всему павильону движение (в видео), звук, а если потребуется, то и интерактив.

Цифровой контент

Экран «бирка» неотделим от цифрового контента, который будет на нем демонстрироваться. Вот только несколько идей, которые будут смотреться всегда кстати: фирменные логотипы (Bergoff, Kurkoff...); лучшие фото кухонной продукции (слайд-шоу); рекламное видео (ролики). И все это со звуком, ярко и динамично. Но есть минус – этот экран вертикальный.

Ключевая цель «бирки»

Основная цель подобного объекта – привлечение как можно большего количества посетителей. Стоит помнить, что на выставке далеко не каждый посетитель решается зайти внутрь павильона (по разным причинам), но абсолютно любой сможет познакомиться с брендом «Куркофф» через его рекламное видео, оставаясь при этом снаружи красной «кастрюли».



Лайтбоксы «Куркофф»

На «кастрюльной крышке» павильона будут располагаться сразу два одинаковых лайтбокса «Куркофф» (на ее противоположных сторонах). При этом буквы будут иметь черный цвет, а светиться будут за счет контровой подсветки.

Внутреннее освещение

Внутреннее освещение «кастрюли» должно быть типовым для подобных конструкций. Или чуть более ярким – выставочный павильон «Куркофф» просто обязан светиться изнутри.

Мерцающая подсветка «плита»

Следуя ранее выбранному образу (кипящая кастрюля на электрической плите), имеет смысл сделать мягко мерцающую подсветку по всему периметру нижнего края «кастрюли». Таким образом, круглое основание павильона будет постоянно освещено красным светом, что поддержит идею горячей «конфорки».

Фирменный пресс-вол



Дополнительным промо-материалом, который полностью впишется в концепт «кастрюля» может стать вот такой оригинальный пресс-вол.

Он будет стоять внутри павильона и на его фоне смогут фотографироваться друзья и партнеры компании. Ведь данный артефакт олицетворяет собой:

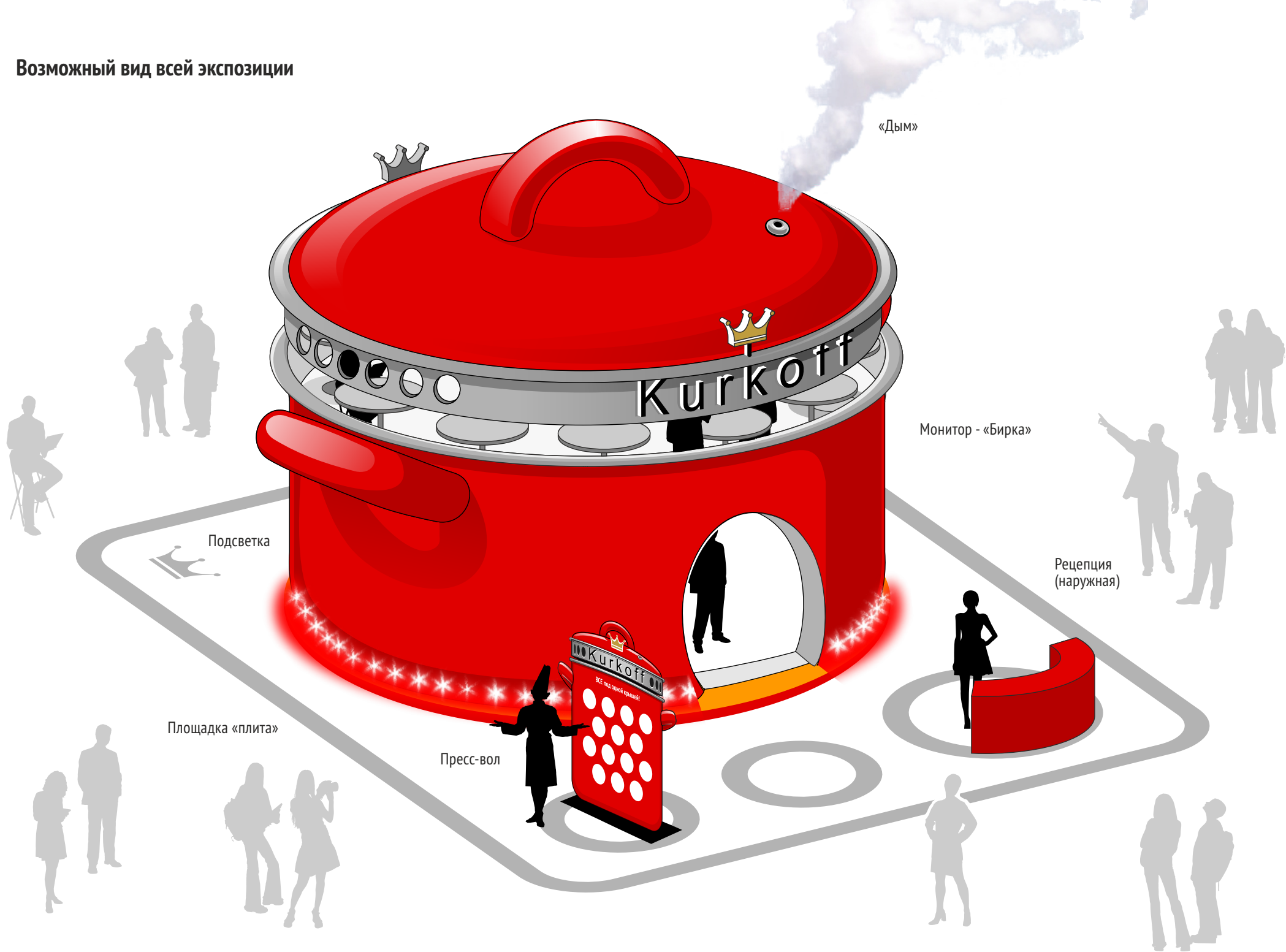
- **Образ выставочного павильона** (красная кастрюля в белый горошек).
- **Образ магазина-мультибренда** – собрание всех кухонных брендов под одной крышей.
- **Образ самого бренда** – «Куркофф» превыше всего.

Пресс-вол «Куркофф» яркий, эмоционален и не несет в себе наводящего скуку официоза и пафоса.

После выставки пресс-вол может быть использован по своему прямому назначению в магазине или в шоу-руме.

На фоне пресс-вола хочется делать фото, что на сегодняшний день в рекламе (почти) самое главное.

Возможный вид всей экспозиции



Выбор нужного из возможного

Kurkoff

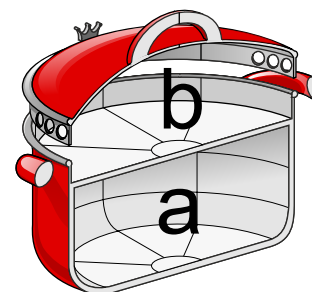
«Куркофф»

Магазин-мультибренд



Образ

Кастрюля-мультиварка



Планировка

Закрытая и открытая зоны



«Горошек»

Отверстия или лайтбоксы



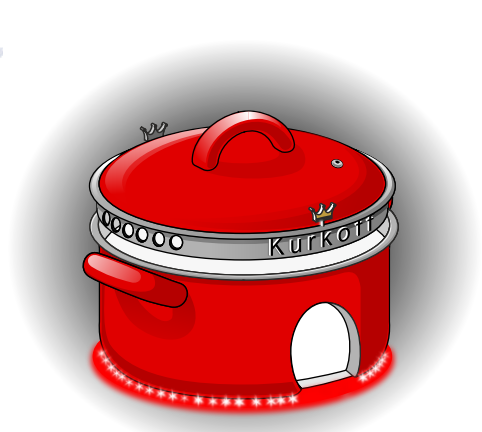
Парящая кастрюля

WOW- момент открытия



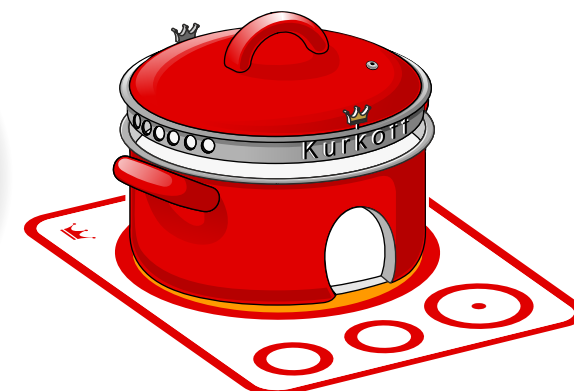
Струя пара из клапана

Эффект на всю выставку



Нижнее освещение

«Раскаленная конфорка»



«Электро плита»

Оформление выставочной площадки



Монитор - «бирка»

Цифровое оформление



Пресс-волл «кастрюля»

Донесение смысла

Здесь приведен список основных рекламных решений изложенных в этой презентации. Все они идут от рыночного позиционирования «Куркофф» (магазин-мультибренд) и его выставочного образа (кастрюля-мультиварка).

Нужно выбрать лучшее, собрав экспозицию.