

Когда утром не хочется выгуливать собаку



Когда попросила мужа поделаться с ребенком уроки

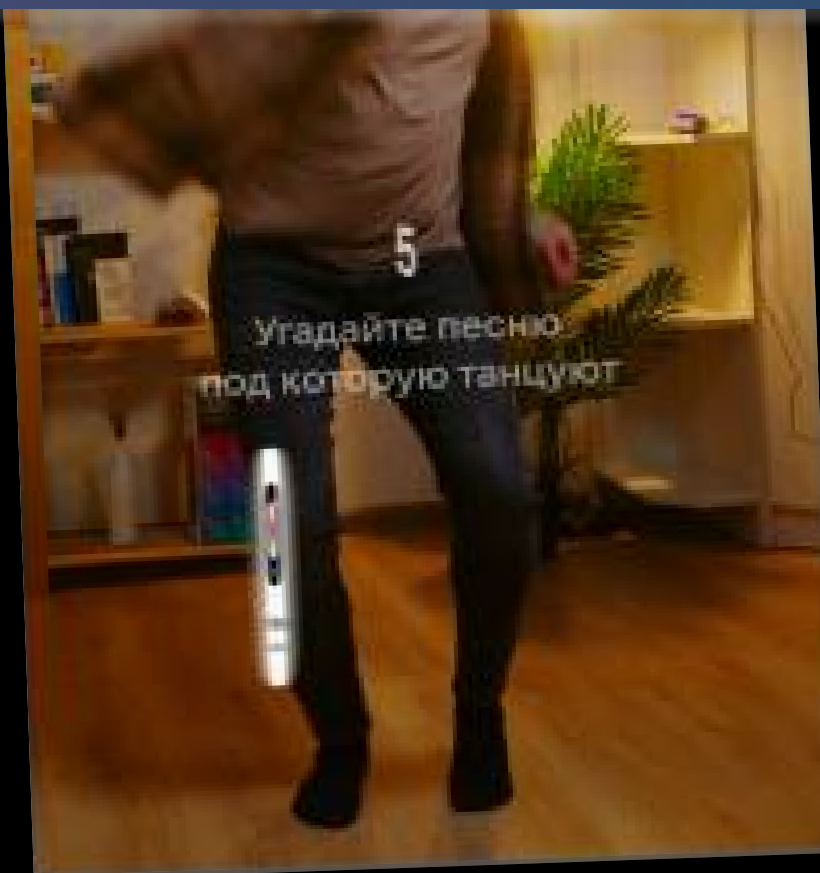


Маруся, включи робот-пылесос

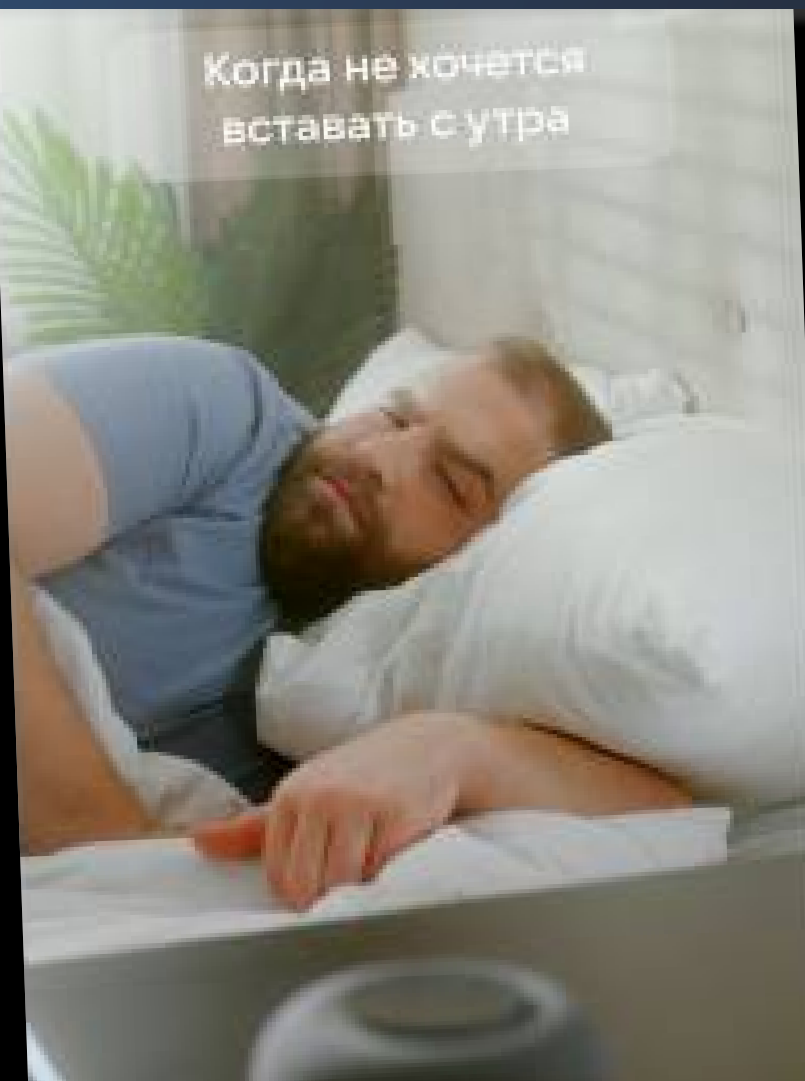


Повседневные чудеса: как Клипы донесли преимущества VK Капсулы с Марусей

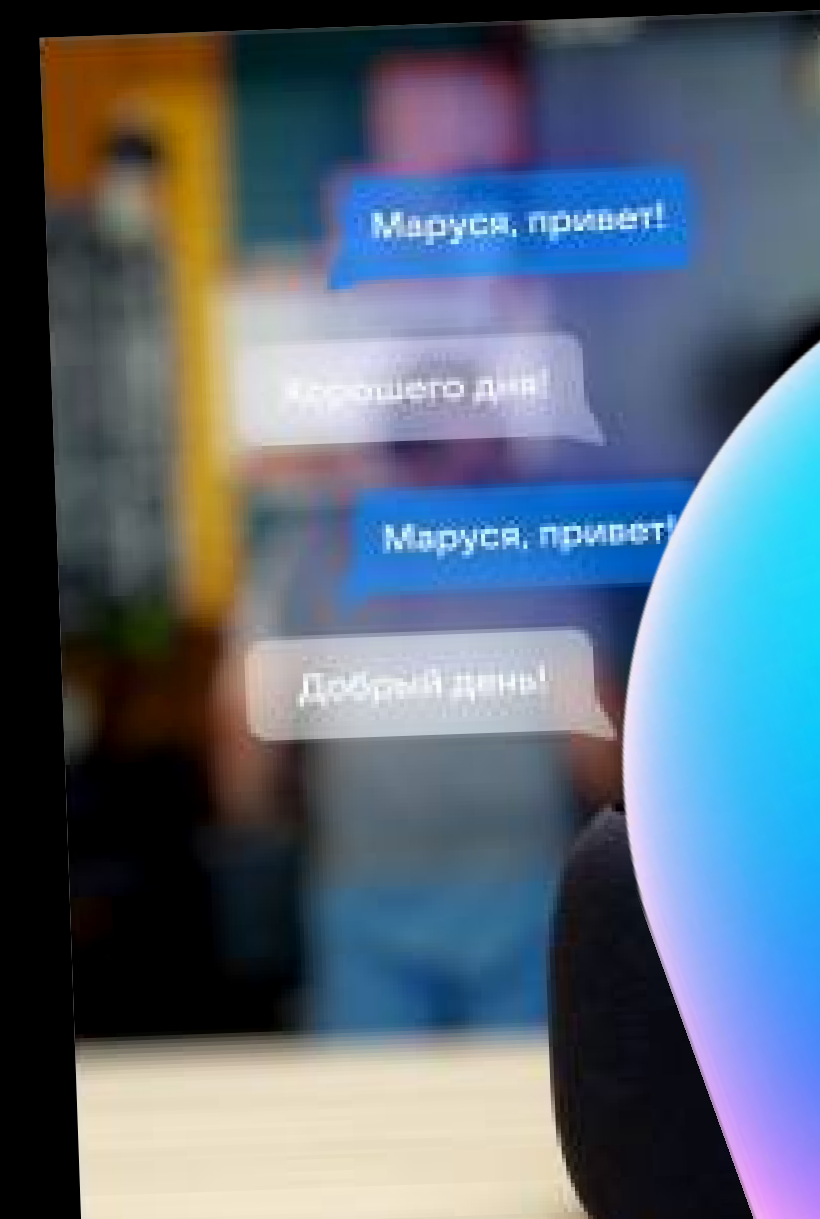
Фантазийный сценарий в рамках умного дома



Когда не хочется вставать с утра



Робот-пылесос активирован



Задача

Все знают Марусю – голосового помощника от VK, и умную колонку Капсулу, в которой она живет. Знания потенциальной аудитории об умных устройствах и колонках часто ограничиваются парой-тройкой функций: прослушивание музыки, включение и выключение света, будильник, ответы на вопросы из интернета.

Но функций намного больше!

Команда VK обратилась к нам с задачей рассказать аудитории о множестве функций Маруси через популярный формат VK Клипов, коротких роликов с простым, но запоминающимся сюжетом.

Агентству было необходимо:

- разработать пользовательские сценарии использования Капсулы потребителями;
 - разработать общую креативную канву роликов;
 - пройти отбор среди нескольких агентств с представлением концепции;
 - разработать сюжеты с проработкой героев;
 - отснять и смонтировать 20 роликов, раскрывающих особенности использования Маруси.
- Ну и просто красиво показать, какая Маруся милая и добрая. Она – настоящий друг, с которым никогда не бывает скучно!

Клиент: ВКонтакте

Сфера: Потребительские товары

Регион: Россия

Сдано: Март 2023

Решение



Мы провели подготовительную работу, чтобы определить основные функции, которые необходимо подсветить в работе умной колонки. Важным инсайтом, который мы нашли для себя — это то, что сценарии использования VK Капсулы более сложные! Это не только прослушивание фоновой музыки или работа с устройствами умного дома, но и психологическая разгрузка: беседы ребенка и Маруси, диалог девушки с умной колонкой для поиска ответа на жизненную ситуацию.

Реальные истории позволили нам разработать креатив с вплетением живых историй и юмора, не забывая о технических особенностях VK Капсулы и ее совместимости с другими устройствами умного дома, брендингом и ToV.

В итоге совместно с креативным продакшеном OSTR0, мы создали 20 видеороликов: 10 игровых роликов с диалогами и жизненными ситуациями и 10 имиджевых, эстетичных роликов.

1

Разработка сценариев

После согласования креативной концепции роликов, мы перешли к разработке сценариев. Было разработано 30 историй сценариев, с проработкой сцены и ракурсов. После тщательного отбора в работу ушло 20 сценариев, которые перешли в этап пре-продакшена.

2

Пре-продакшн

Сценарии отражали широкий спектр использования Маруси как в юмористическом ключе, так и имиджевом, что предполагало достаточно серьезную подготовку кастинг и локаций. Кастинг был проведен на более чем 15 персонажей, включая специфичные задачи в виде участия музыкальной группы, детей, возрастных актеров и даже собаки, которая смогла бы спокойно отыграть свою большую роль (посмотрите ролики).

3

Продакшн

Съемки проходили в 5 смен, на 7 локациях, с более чем 15 актерами в совокупности. Важно отметить, о том, что ролики удались с технической и креативной составляющей, когда задумку креаторов получилось реализовать, благодаря недорогим, но эффективным приемам съемки: ротоскопинг вместо CGI, эффективное использование света, моушен.

Это особенно актуально при планировании съемочного процесса в условиях ограничений в бюджете на все 20 роликов и каждый ролик в отдельности.

Отдельно уделялось внимание цвету, для соблюдения фирменных цветовых гамм VK Капсулы и недопущения попадания определенных цветов в кадре, которые присущи конкурентам.



Посмотреть backstage <https://vimeo.com/915525707>

Результат

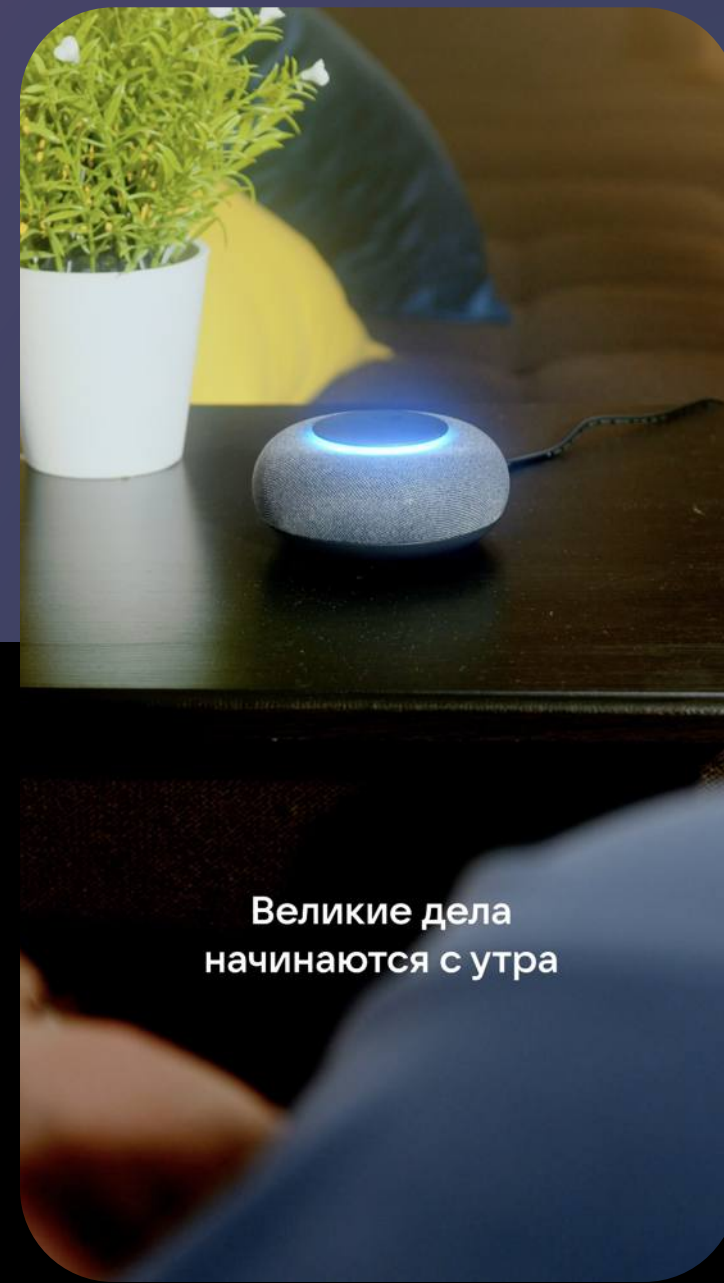
Мы создали яркие и красивые видеоролики, способные по-доброму рассмешить и зацепить аудиторию. Каждый ролик раскрыл определенные функции VK Капсулы, которые позволили расширить восприятие устройства среди аудитории, а также отстроить умную колонку от конкурентов с помощью доброго юмора. На этапе сбора статистики ролики набрали более 285 тыс. просмотров в ВКонтакте без продвижения и посевов. Ролики не имеют сроков использования и продолжают использоваться для дальнейшего роста известности VK Капсулы.



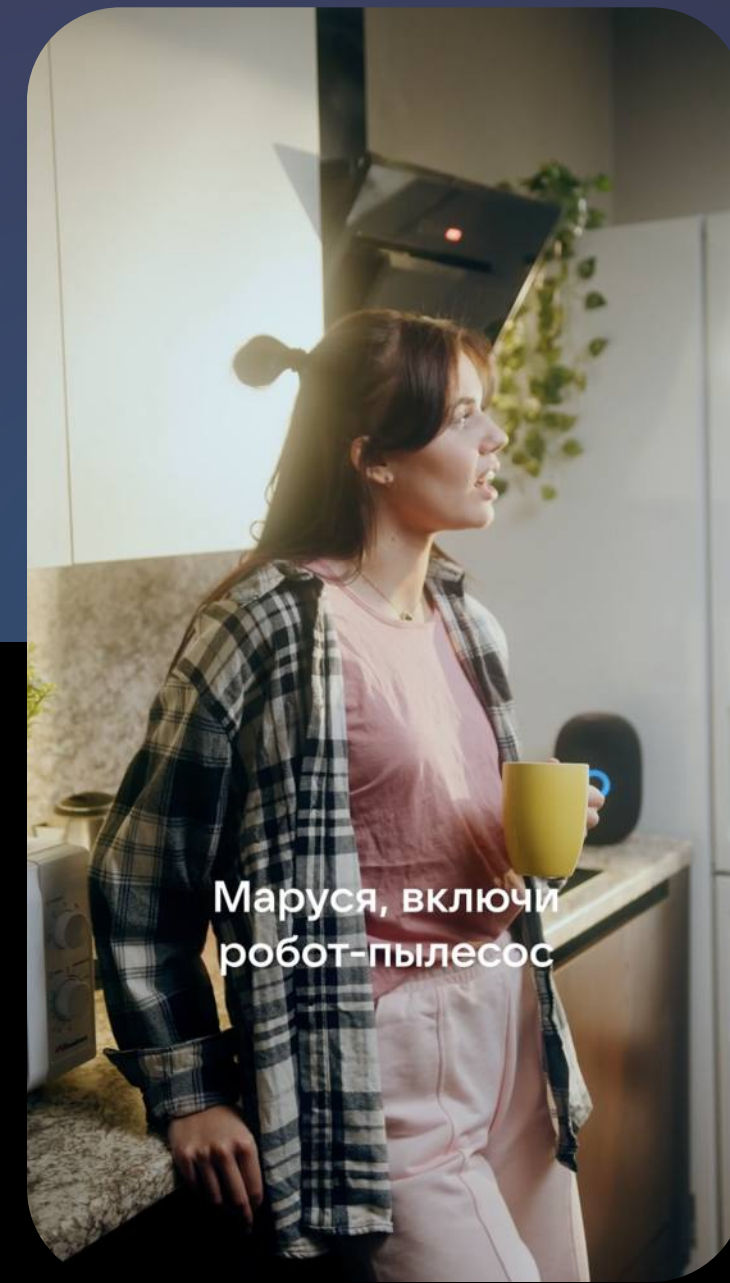
👁 52,6k



👁 74k



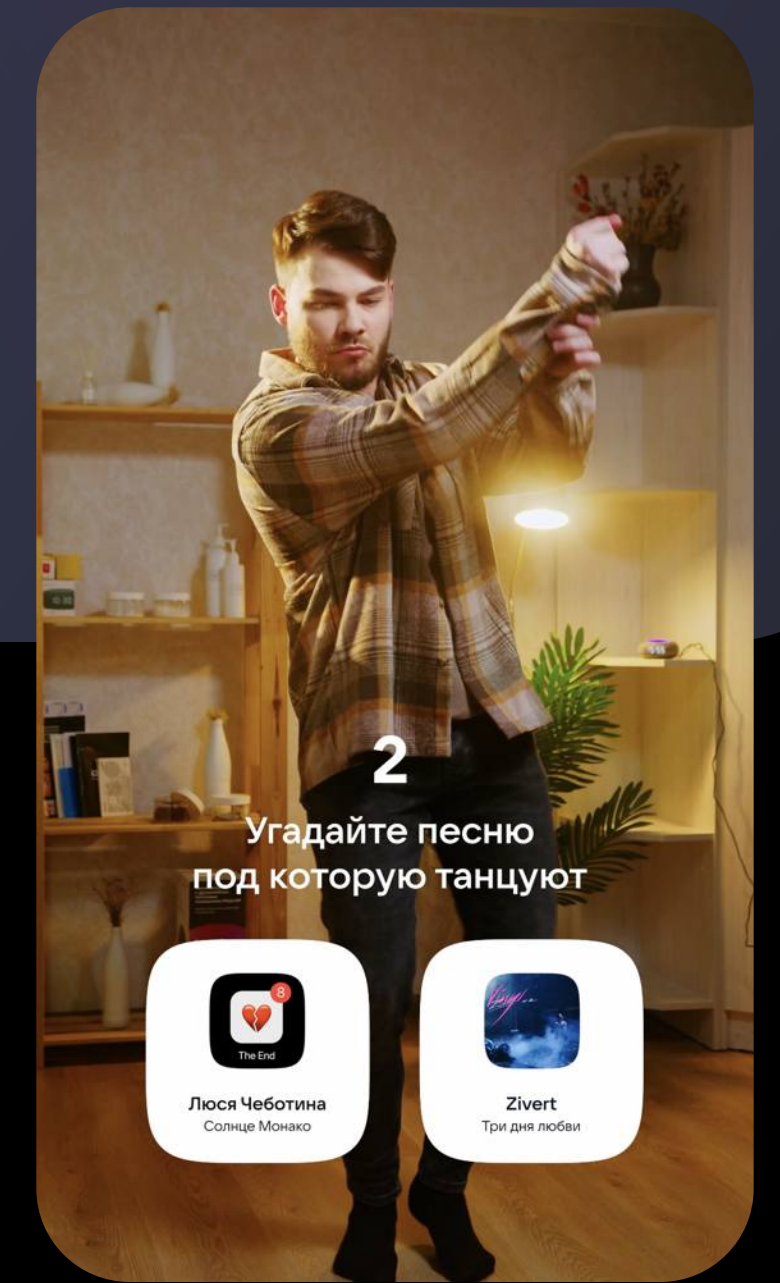
👁 73,3k



👁 43,7k

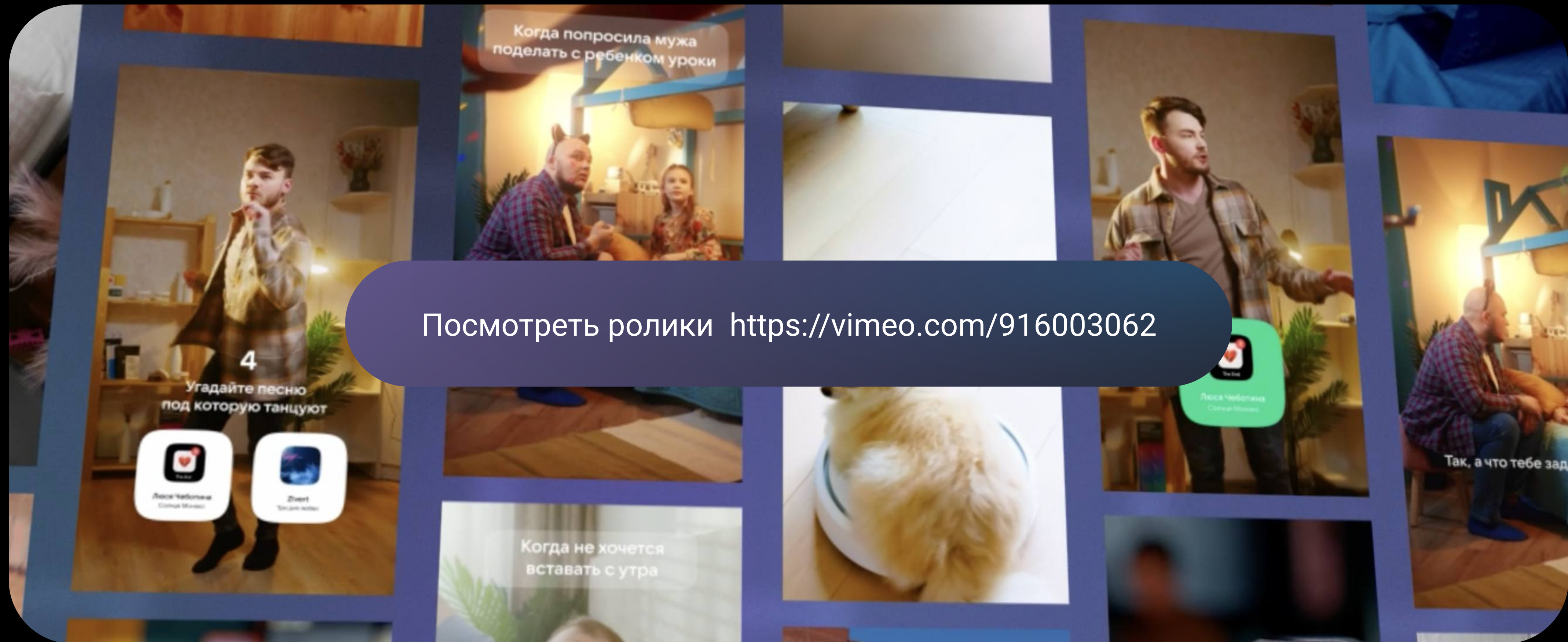


👁 31,7k



👁 36,9k

Результат



Над проектом работали:

Стратегия и инсайт: Чучакин Артем

Аккаунтинг и ведение проекта: Шадрина Полина, Перова Анастасия

Продакшен: OSTRO (Никита Тушев, Дима Егоров)

Комментарий агентства



Артем Чучакин
Директор

Данный проект мы реализовывали с креативным продакшеном OSTRO. Над проектом работала большая команда со стороны VK, агентства Idea Nova и продакшена OSTRO. Для нас особенно важно, что нам удалось сохранить не только смысл, но и юмор, а также бренд-идентичность Маруси. Ролики получились искромётными и естественными — именно такими, как мы задумывали их на старте проекта.

Отзыв клиента



Кукалев Александр
SMM VK, голосовой помощник Маруся

Нам нужно было в короткие сроки снять забавные и прикольные вертикальные видосы под формат VK Клипов. Ребята очень быстро собрали команду, написали сценарии и все это презентовали. Они смогли уловить настроение бренда и его специфику, поэтому каких-то правок или согласований практически не было. Почти сразу приступили к съемкам и в короткие сроки они отдали нам готовые материалы.

Ребята — кайф! Настоящие профессионалы своего дела!

Почему этот кейс достоин победы?

Сложные технические устройства ежедневно меняют нашу жизнь, но обычно новыми гаджетами пользуется лишь самая активная и продвинутая группа людей. Поэтому для нас было важно расширить охват новой аудитории — которая лишь рассматривает покупку умной колонки.

Основная задача креатива и его формата подачи заключалась в расширении сценариев использования умной колонки — то как ею можно пользоваться в повседневной жизни. Но при этом никто не хочет читать инструкции! А когда вы в последний раз их читали?

На рынке уже присутствуют популярные умные колонки, которые заняли большую долю рынка данных устройств. И нашей задачей было не просто рассказать о преимуществах характеристик Маруси, но и передать тон коммуникаций бренда и продукта.

Мы учли все факторы — провели исследование, разработали креатив, провели съемки и использовали популярные форматы контента и учли фирменный стиль для поддержания брендинга. В результате мы успешно достигли сложной цели — рассказать о сложном продукте с использованием юмора, не утратив легкости в подаче.

Поэтому данный проект заслуживает победы в рубрике Креатив и Дизайн, благодаря креативу — оригинальным инсайтам, идеям и Дизайну — качеству продакшена.