

Международный креативный форум Pandora 2011

	<p><b>Проект № 6</b></p>	<p><b>: Вечеринка The Pimm's Summer, Великобритания</b></p>	
	<p><b>Краткое описание</b></p>	<p>Все элементы компании можно увидеть на сайте: <a href="http://review.tmw.co.uk/awards/casestudy.asp?cs=pimms_launch&amp;l=1">http://review.tmw.co.uk/awards/casestudy.asp?cs=pimms_launch&amp;l=1</a></p>	
	<p><b>Цель</b></p>	<p>Поиск компанией Pimm's O'Clock свежих идей, способных превратить ее роскошный летний напиток, которым наслаждались все к югу от Уотфорда, в напиток, которым наслаждалось бы все королевство.</p>	
	<p><b>Проблема</b></p>	<p>Изменить восприятие напитка из местного, в национальный.</p>	
	<p><b>Целевая аудитория</b></p>	<p>Все, потребляющие и покупающие алкогольные напитки. старше 18 лет.</p>	
	<p><b>Творческая стратегия</b></p>	<p>Вечеринка Pimm's Party - эксцентричное политическое движение Монстр Raving Loony, выступающее от имени нации за лучшее лето. Солнечно-настроенные британцы приглашаются вступить в партию на Facebook, где они могли претендовать на бесплатные призы от Pimm и голосовать за шутливый манифест в защиту Британского лета. Все детали компании можно посмотреть на сайте: <a href="http://review.tmw.co.uk/awards/casestudy.asp?cs=pimms_launch&amp;l=1">http://review.tmw.co.uk/awards/casestudy.asp?cs=pimms_launch&amp;l=1</a></p>	
<p><b>Описание компании</b></p>	<p>Так как кампания началась еще в апреле вечеринкой в музее садов Лондона, полной знаменитостями, посвященной переводу часов вперед, к нации было сделано телевизионное обращение «политической партии» с демонстрацией различных рекламных вещичек партии через Sainsbury. Также специальный автобус партии Pimm's Summer совершал поездки с севера на юг и обратно, собирая голоса избирателей. Все детали компании можно посмотреть на сайте: <a href="http://review.tmw.co.uk/awards/casestudy.asp?cs=pimms_launch&amp;l=1">http://review.tmw.co.uk/awards/casestudy.asp?cs=pimms_launch&amp;l=1</a></p>		