

The logo for Violette is a purple, pill-shaped bubble with a white outline and a subtle gradient. The word "Violette" is written inside in a white, sans-serif font, slanted slightly upwards to the right.

Violette

Как Violette поймал зумерскую волну
«Новой Фабрики звёзд»
и поднялся к звёздам — как по нотам



Маркетинг для бизнеса



Бренд

Violette

Индустрия

Творожные сыры

Период

Март-май
2024 г.

Категория

Молочные продукты

III. Вводные



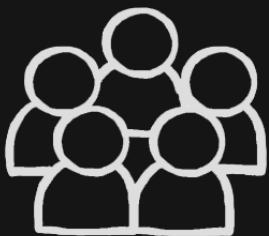
Особенности взаимодействия ЦА с рекламой: **«зумеры»** встраиваются, проживают момент и получают ощутимый feedback

Бренду Violette необходимо было отстроиться от конкурентов за счёт **попадания в эпицентр** молодёжной энергии

Мы искали подходящую территорию, площадка должна была быть узнаваемая, контент — **лёгкий**, формат — **вовлекающий**

Важно было **интегрировать** бренд в шоу эмоционально и донести коммуникацию бренда

III. С чем столкнулись:



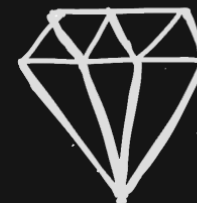
Необходимость донести до потребителей ценности бренда — **лёгкость, удовольствие, разнообразие**

Низкий уровень знания бренда в сегменте **молодой** аудитории



Вызов — органично **встроиться** в реалити-формат, не нарушая сюжетной логики шоу

Задача — не просто показать бренд, а **создать** эмоциональную связь через участие, вовлечённость и игру



III. Какие были задачи

- **Повысить** узнаваемость ТМ Violette среди аудитории 18–30 лет
- **Создать** ассоциации бренда с лёгкостью, вдохновением, гастрономическим креативом и творчеством
- **Вовлечь** зрителей «Новой Фабрики звёзд» в интерактивное взаимодействие с брендом
- **Активировать** digital-среду, расширить контакт с брендом за пределами эфира



III. Наше решение

Разработка кросс-платформенного формата размещения:

- Эфир ТНТ
- Сайт tnt-online.ru
- Видеохостинг RUTUBE
- Формат Streaming Ads от ГПМ Реклама

Интеграция в реалити-часть шоу «Новая Фабрика звёзд» — «Дневники», где участники делились личными моментами, привычками и переживаниями.

Violette стал естественной частью их жизни: уютные вечера с закусками, лайфхаки, эмоциональная поддержка — всё с любимым творожным сыром

Создание онлайн-челленджа «К звёздам — как по нотам»:

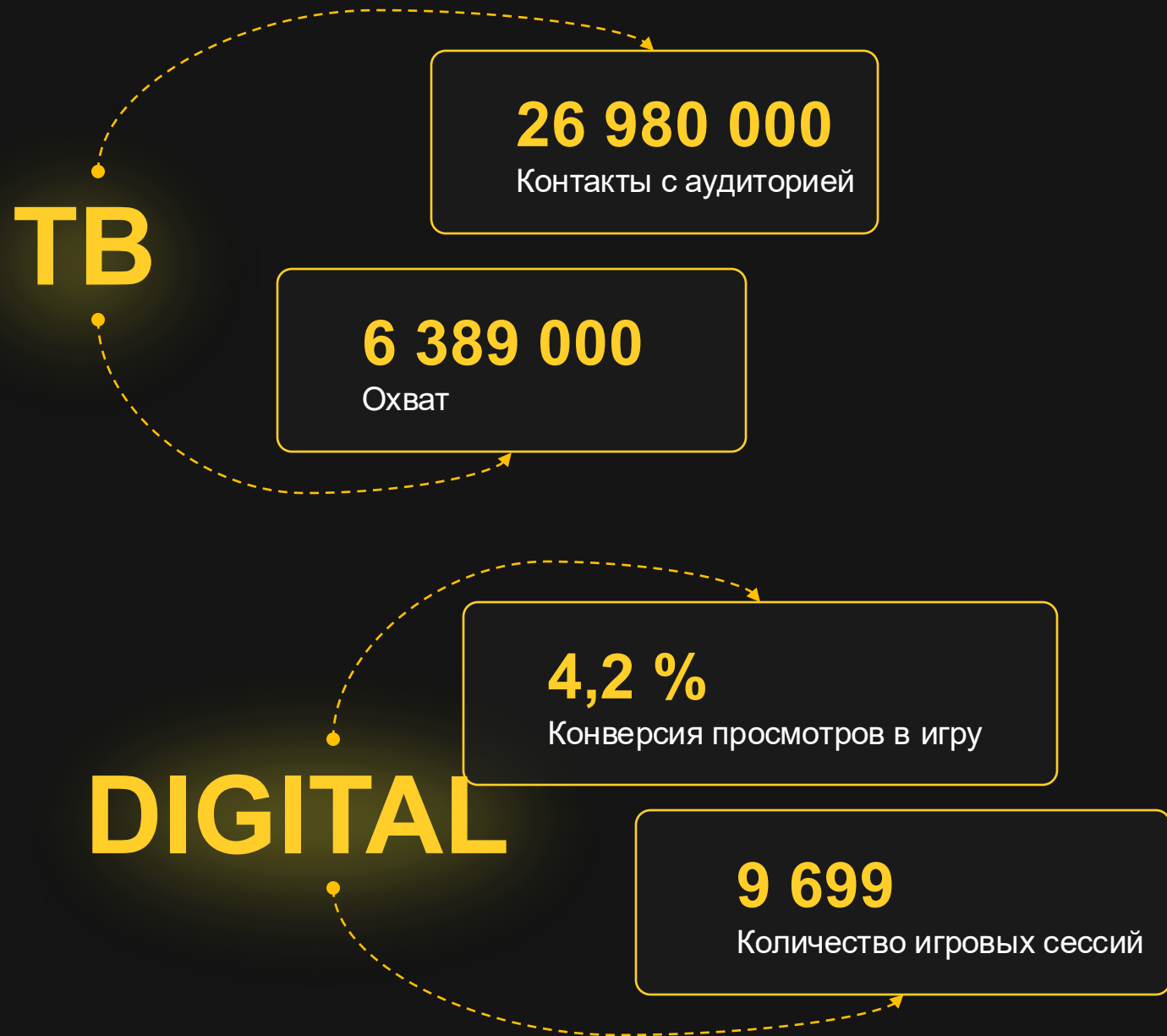
- **Механика:** игроки «пели» в микрофон, поднимая шар вверх за счёт голоса, собирали бонусы (ноты), соревновались за лидерство
- **Награда:** брендированные худи для победителей

Продвижение через:

- Баннеры на ТНТ Онлайн
- Реклама в «ВКонтакте»:
 - ✓ канала ТНТ
 - ✓ шоу «Фабрика звёзд»
 - ✓ члена жюри проекта Анны Хилькевич
- Ролик с участниками шоу, играющими в челлендж, в эфире «Дневников»



III. Результат



III. Итог



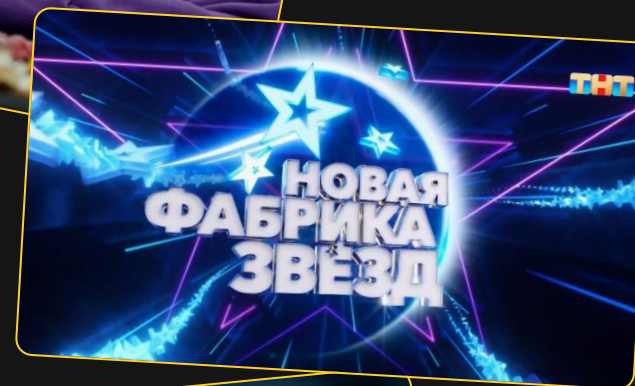
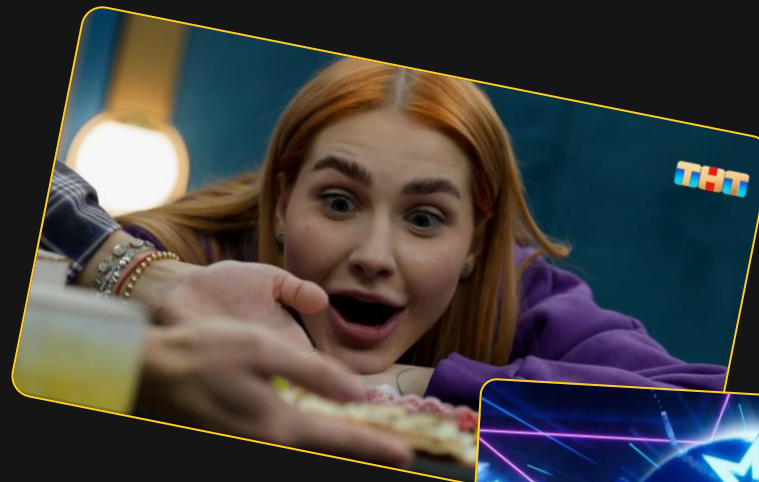
Кампания доказала:

- можно органично встроить продукт в реалити-шоу
- превратить его в элемент сторителлинга
- усилить эффект за счёт digital-механики.



Violette:

вышел на новую орбиту — и сделал это легко



Спонсор программы АО «КАРАТ»

Хороших бизнес решений!

welcome@mfb.group

+7 (903) 250-50-90

+7 (499) 769-59-21