

Нужде в салфетках ставим точку

Ключ к инновациям – это новый взгляд на привычные вещи. Основатель компании MaxTommy Максим Мельников пошел дальше: он не только раскрыл новые маркетинговые горизонты для такого обыденного предмета как салфетка, но и создал на российском рынке целый проект «СалфеТочка», в основе которого – забота о людях. Неслучайно одно из его решений – «СалфеКалендарь» – завоевало III место на «Премии МАПП» в категории «Промопродукция».

«СалфеТочка» – это новый рекламный проект социальной направленности, предлагающий размещение рекламной информации на упаковках влажных салфеток и диспенсерах на местах распространения: в кафе, ресторанах, на транспорте, в деловых и торгово-развлекательных центрах, кинотеатрах, автозаправках, на массовых мероприятиях и бизнес-форумах. Одним словом – везде, где человеку может срочно понадобиться свежая очищающая салфетка. Таким образом рекламный проект охватывает самую широкую аудиторию, но при этом позволяет привлечь внимание именно той целевой группы, которая нужна заказчику.

Продукция в рамках «СалфеТочки» действует сразу несколько каналов восприятия информации – обоняние, осязание, зрение, слух – и при этом легко занимает свое место в обиходе покупателя. Например, «СалфеКалендарь», получивший III место на «Премии МАПП» в феврале 2015 года, представляет собой брендированную коробку-диспенсер для влажных салфеток. Он быстро поселится на рабочем столе, предлагая новому хозяину влажные салфетки для очистки монитора, экранов гаджетов и другой техники тогда, когда они нужны. При этом каждый раз на протяжении долгого времени он будет подсказывать текущую дату и напоминать о компании-дарителе, ведь период использования – 1 год из расчета 4 салфетки в месяц.

Проверено! Симпатичную коробочку хочется вертеть в руках, показывать знакомым и разглядывать в задумчивости, размышляя над деловыми задачами.

Другое решение – автомат для продажи влажных салфеток в общественных местах «СелфеВендинг». За символическую плату в 5 рублей люди смогут в любом месте привести себя в порядок, почистить гаджеты или упавшие игрушки ребенка. Часть средств от продажи сал-



феток может направляться на благотворительность, поэтому покупая салфетку, каждый сможет приобщиться к прекрасному, почувствовать, как мир становится чуть чище и светлее.

Почему «СалфеТочка» – это работающий рекламный инструмент? Во-первых, нечаянно проглядеть информацию на упаковке салфетки невозможно, так как человек 100% будет ей пользоваться. И не забудьте про возможность размещения QR и или 3D-кодов. Во-вторых, это социально значимый вклад компании, выраженный в заботе о здоровье людей, который не останется незамеченным. В-третьих, реклама воздействует сразу на несколько каналов восприятия, в том числе и обоняние. Определенный аромат может быть закреплен за промокомпанией, обеспечив ей повсеместную узнаваемость.

С наилучшими пожеланиями,
Максим Мельников.
+7 (499) 169-30-20/21
www.maxtommy-ra.ru, www.salfe.biz



Диспенсер
габариты автомата
ВхШГ, мм -
468x438x185*
Влажность 500 шт*
*Вместимость 500 шт зависит от модели
*Размер зависит от модели диспенсера



Влажная салфетка
60,5 x 60,5

Картонная коробка
Диспенсер
150 x 70
Влажность 50 шт

Влажная салфетка
60,5 x 60,5



“SalfeTochka” project (“napkin” in Russian) is a line of socially aware and effective advertising tools. It includes advertising information placement on wet napkin packages and dispensers throughout the city. These napkins involve all the senses of the recipient, and it is impossible to overlooked information on the package inadvertently since people will 100% use it.