

Рекламна ідея: З нашими помадами в цей Хеловін ти нарешті «покажеш зуби»

Ідея рекламного ролику:

Показується життя жінки, типової «гарної дівчинки», яка часто опиняється в позиції жертви. То нею маніпулює хлопець, то бос підвищує на неї голос, то подруга пліткує про неї за її за спиною, то мати не задоволена нею та її досягненнями. Дівчина часто уявляє собі сценарії помсти їм усім, прокручуючи їх у голові, коли її в черговий раз ображають, але в реальному житті нічого зробити не може. Напередодні свята Хелловіну вона помічає в магазині нову колекцію готичних відтінків помад та купляє собі найтемнішу. Нафарбувавшись нею в день Хеловіну, вона вперше в житті відчуває себе «поганою дівчинкою» та більш впевнено. І раптом вона помічає, що із цією помадою вона нарешті здатна дати відсіч своїм кривдникам. Коли її в черговий раз ображають, ми бачимо на її обличчі звіриний оскал, а її темні думки одразу стають реальністю, тобто з її недоброзичливцями кояться смішні/неприємні речі.

* За бажанням цей ролик можна поділити на декілька невеликих роликів із різними кривдниками дівчини та ситуаціями.

Хедлайни для зовнішньої реклами:

- Темний ~~вчинок~~ відтінок — те, що треба на цей Хелловін.
- Невимовлені слова зриваються з вуст. А ці помади на них тримаються.
- Аби не бруднити руки, нафарбуй губи. Це працює.
- Влаштуй судну хеловінську ніч для своїх фантазій та думок.

* Хедлайни доповнюють нетипові для помад візуали білбордів/банерів: на обличчях дівчин із нафарбованими губами буде звіриний оскал або зуби різних істот — вампіра, зомбі, вурдалака і т.д.

Соцмережі:

- **Tik-tok challenge — Anti-kisses у хеловінську ніч:**

Бренд пропонує викладати з 31 жовтня до 1 листопада у своєму профілі відео з готичними помадами, у яких ти робиш своїм «недоброзичливцям» антипоцілунки — кажеш, що тебе в них не влаштовує/не подобається або вигадуєш для них жартівливі образливі прізвиська. Під кожним відео необхідно відмітити сторінку бренду. Серед усіх учасників буде обрано 3 людини, що отримають від бренду призи.

- **Instagram:**

Конкурс, у якому бренд пропонує користувачам напередодні Хелловіну вигадати креативну зловмисну назву для популярного відтінку готичної помади. Наприклад, «Сльози мертвого коханого» тощо. Три переможця 31.10 отримають іменну помаду із запропонованою ними назвою відтінку.

PR:

- Домовитись із популярними блогерами-візажистами, які зроблять tutorіали макіяжу негативних героїв кінематографу, використовуючи наш продукт на своїх сторінках у соцмережах або в Youtube.

Пропозиції додаткових продуктів:

- Щоденний гігієнічний бальзам із назвою «Undo your sins» («Скасувати твої гріхи») або «Sin`s killer» («Вбивця гріхів») — можна пропонувати в подарунок при купівлі від 2-х одиниць готичних помад.