



В свое время для рекламы порошка «Sorti» был придуман новый рекламный персонаж – Крошки Сорти. Они стали новым женским образом в рекламе. «Старательные крошки Sorti» рекламируют недорогие моющие средства Sorti на протяжении уже пяти лет, а многие телезрители даже не знают, кто именно создал этого персонажа. Их придумали непосредственно в арт-департаменте холдинга, а потом прибегли к помощи AC Production.

Придумывая их, специалисты преследовали одну цель: они хотели создать правильное впечатление у хозяек, т.е. создать иллюзию, что не они делают работу, а волшебные компоненты из порошка.

Удивительно, но факт: созданный более пяти лет назад образ приняла публика на ура. В рекламе на экране TV они смотрелись очень и очень гармонично. Совсем недавно в СМИ поступила очередная информация от представителя компании «Нэфис Косметикс». Компания считается по праву крупным национальным производителем чистящих и моющих средств. Теперь же она решила запустить в СМИ рекламу нового порошка для стирки вещей под названием «Sorti 99 пятен». Рекламный ролик уже был запущен на основных федеральных телеканалах. Как ни трудно догадаться, в нем опять-таки фигурируют нашумевшие Крошки Сорти.

В основе нового анимационного ролика со знаменитыми Крошками Сорти оказался новый слоган «Sorti – победа над 99 пятнами». Опять же они занимаются тем, что доказывают, что новый порошок способен на отстирывание сложных пятен. Они справляются запросто и с чернилами, и с красками, и с травой, и с вареньем, и с соками,

Крошки Сорти - Современные герои современных детей

Автор: Administrator
21.04.2013 00:00 -

и даже с кетчупом. По ним даже не видно, что они занимаются отстирыванием пятен, трут-трут их, но при этом остаются чистенькими и опрятненькими. Чтобы зритель уловил задумку рекламщиков, электрощетки показаны в виде автоматического процесса стирки. Эффективность использования порошка показана на примере избавления от пятен белой по цветовой гамме рубашки.