

АПРЕЛЬ 2013

HOT-DIGITAL MONTHLY RECAP

САМЫЕ ГОРЯЧИЕ ТРЕНДЫ,
ЧУМОВЫЕ КЕЙСЫ
И СВЕЖИЕ ИНФОГРАФИКИ,
КОТОРЫЕ ВЫ МОГЛИ
ПРОПУСТИТЬ 

1

Metropole Tweetphony

Амстердамский симфонический оркестр действительно сумел доказать, что может быть актуальным и рентабельным даже в нашу диджитализированную эру. Коллектив исполнил 33 композиции, сыгранных пользователями на виртуальном пианино в Twitter, а государство таки нашло способ выделить из бюджета деньги на развитие оркестра.

 [смотреть видео](#)





2

ONLY FOR CHILDREN

Испанское отделение Grey придумали, как ограничить аудиторию своего постера только детьми. Особая технология позволяет увидеть разные изображения людям выше или ниже определенного роста. Взрослые видят обычное лицо ребенка, а дети видят то же лицо со следами побоев и призывом обращаться к социальной помощи в случае домашнего насилия.

[▶ смотреть видео](#)



3

Snickers Misspellings Ad

Snickers разумно предположили, что когда человек голоден, он непременно начинает гуглить с орфографическими ошибками и опечатками. Поэтому они выкупили первую строку для 25 тысяч самых распространенных «обиженных» слов и отправили невыспавшихся и голодных офисных работников на свой сайт yourenotyouthenyourehungry.com. С призывом купить шоколадку и проснуться, естественно.



4

Dove Real Beauty Sketches

Очень красивый эксперимент от Dove, направленный на борьбу с женскими комплексами и предрассудками. Художник рисует два скетча с портретом женщины на слух: один по ее собственному описанию, а другой — по описанию встретившейся с ней перед этим другой участницы. Разница поразительная.

[▶ смотреть видео](#)



6

Volkswagen. Automatic Skip Ad

Volkswagen сделали лучший подарок своей бразильской аудитории и запустили на YouTube рекламу, которая автоматически себя пропускает. Вроде бы и зрителей приятно удивили, и продемонстрировали главную особенность новой трансмиссии DSG, которая переключается вручную.

[▶ СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



7

Perrier Secret Place

Захватывающая онлайн игра предлагает прожить события вечеринки в одном потаенном местечке Парижа глазами 60 разных гостей и найти секретную бутылочку Perrier.

[▶ СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)



5

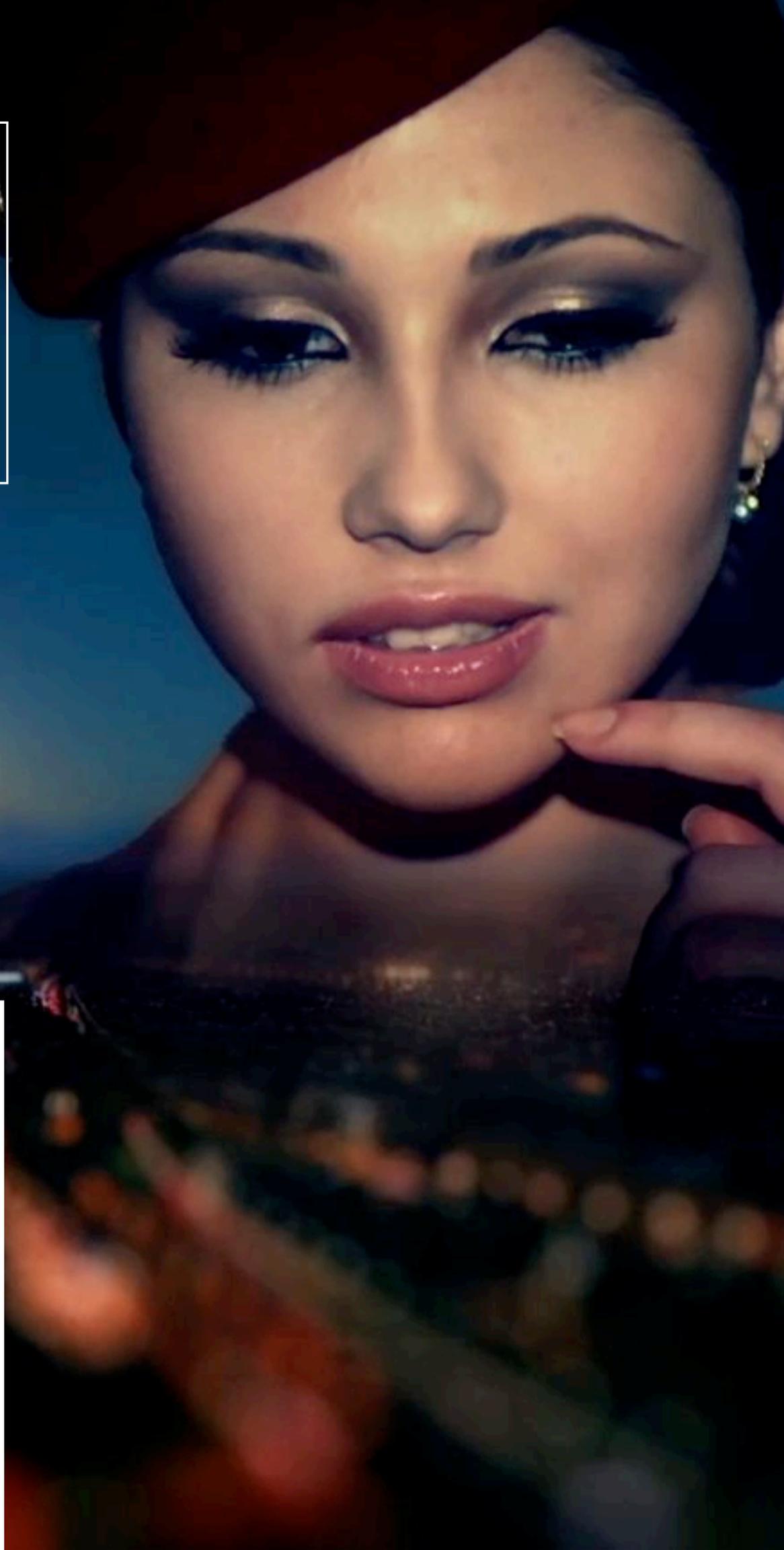
Kit Kat Free No-WiFi Zone

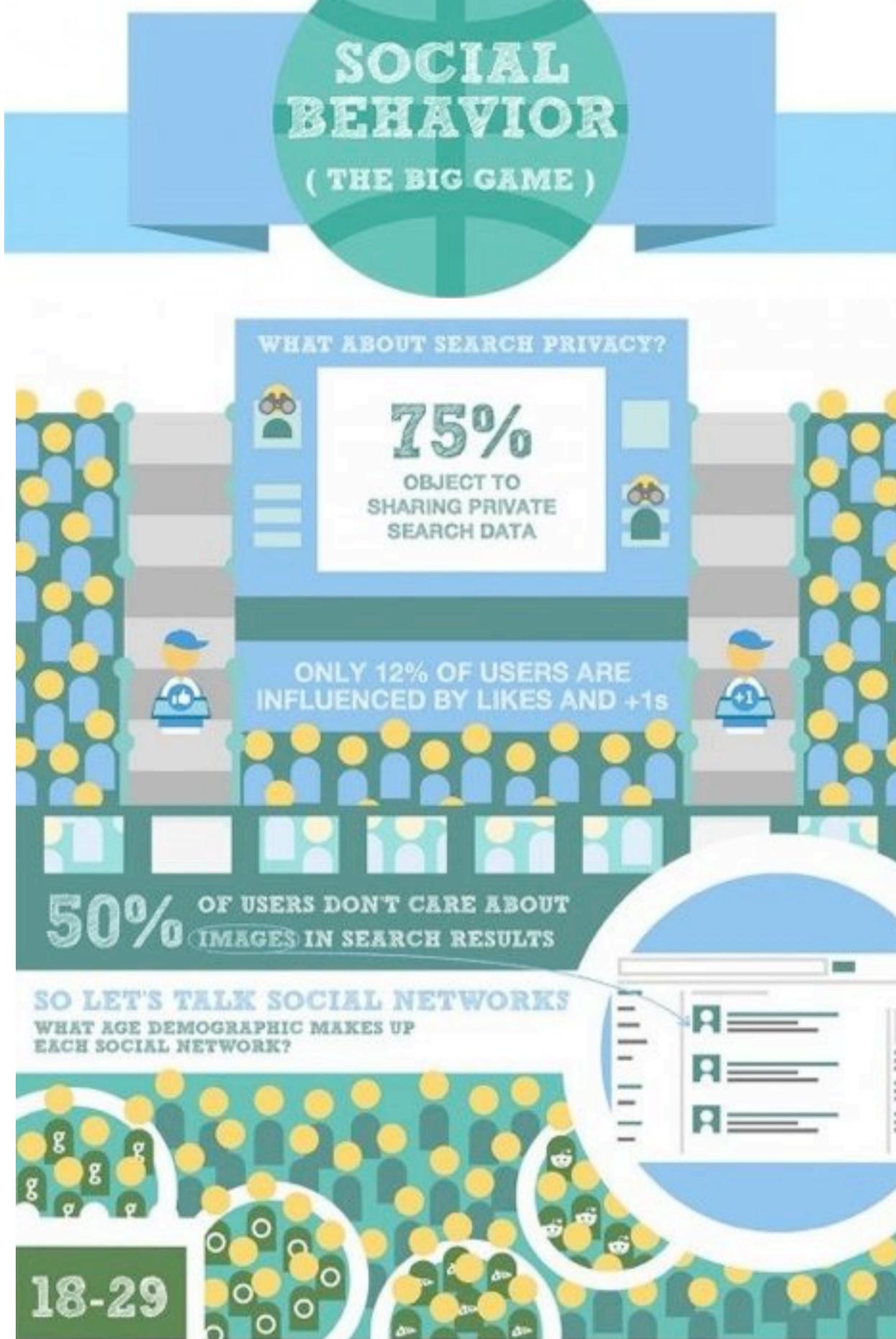
Kit Kat установили в Амстердаме несколько точек с глушителем WiFi в радиусе 5 метров, для того чтобы занятые горожане оторвались на секунду от телефона и насладились моментом. Простая и красивая идея, поддерживающая слоган бренда Have A Break, которая спровоцировала в прессе целую дискуссию на тему необходимости для современного человека вырваться иногда из сети.

[▶ СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)

Tinkoff All Airlines
Интригующая кампания
от Hungry Boys, которым
удалось действительно
удивить столицу

▶ [СМОТРЕТЬ ВИДЕО](#)





9

Social Behaviour. The Big Game

Инфографика с неожиданными данными о поведении пользователей в социальных сетях и их стратегиях поиска. Например, 50% ищущих совершенно не интересуют картинки в результатах поиска. Facebook вовсе не популярен у людей младше 30 и 70% всех пользователей даже не думают заглянуть в Facebook Search.

→ [смотреть инфографику](#)



10

Second Screen Swedish Radio

Главная шведская радиостанция выпустила потрясающий радиоплеер, который работает на любом девайсе. В режиме онлайн можно слушать радио, отмечать понравившиеся моменты и легко делиться ими с друзьями в Facebook.

→ [смотреть видео](#)



11

Best Ad Campaigns of All

Интересная подборка лучших рекламных компаний, слоганов и маркетинговых ситуаций. Некоторые позиции можно оспорить, но ознакомиться полезно всем.

→ [перейти на сайт](#)



13

7UP Melting Machine

Совершенно гениальный автомат от 7UP, расположенный в жаркой Аргентине, сделанный полностью из льда и не требующий никаких денег за баночку холодной газировки. Любый желающий мог забрать баночку, когда лед немного тает, и даже сделать ставку в Twitter на то, когда вся конструкция исчезнет.

[▶ смотреть видео](#)



12

LEGO Story Builder

Приложение одновременно помогает построить действительно интересную композицию с помощью подробных инструкций, рассказывает обыгранную вокруг созданного шедевра интересную историю в дополненной реальности и мотивирует продолжить ее с помощью новых элементов до бесконечности.

[▶ смотреть видео](#)



14

Dove Shampoo for Real Men

Бразильское отделение Ogilvy & Mather нашли гениальный способ убедить мужчин начать покупать мужские шампуни, создав очень доходчивый ролик о том, что случится с волосами, если пользоваться шампунем женским.

[▶ смотреть видео](#)



15

Snickers Hungry-Me Generator

Ты не ты, когда голоден. Чтобы доказать это на практике, Snickers создали генератор Hungry-Me, который может предсказать, как ты будешь выглядеть озлобленным и голодным.

→ [перейти на сайт](#)



16

Budweiser Buddy Cup

Budweiser вспомнили про проверенный временем способ заводить друзей и совместили его с аналогичной активностью в Facebook. С помощью кружки Buddy Cup достаточно чокнуться, чтобы владельцы автоматически стали друзьями в социальной сети.

▶ [смотреть видео](#)



17

Durex Fundawear

Таланты из Durex разработали нижнее белье, которым можно управлять с помощью iPhone. Приложение изначально создано для разлученных влюбленных, которые не имеют возможности прикоснуться друг к другу, хотя применений можно придумать массу.

▶ [смотреть видео](#)

HOT DIGITAL  Проект
Hungry Boys

 www.hot-digital.ru

 info@hungryboys.ru

 facebook

 +7 (915) 432 25 04