

## Мегамечта – Мегамода – Мегамания

Для открытия самого первого в России мегамолла потребовалась реклама, способная не только привлечь покупателей, но и объяснить людям саму концепцию торгово-развлекательного центра, внедрить новое понятие в массовое сознание. Задача решена единой серией чисто текстовых макетов. Таким образом мы «поймали одновременно трёх зайцев»:

1. Недостаток логотипа (пестрота и дробность) был превращён в достоинство макета. Логотип стал единственным цветным пятном, хорошо различался и привлекал внимание.
2. Комплект из нескольких слоганов позволил достаточно подробно и одномоментно рассказать о разных преимуществах (УТП) нового торгового формата «мегамолл».
3. Рекламная кампания получилась «контрастной» по отношению к окружающей визуальной среде города и очень заметной из-за своей необычности—в то время текстовой рекламы в России почти не было.



На втором этапе продвижения мы сам логотип превратили в рекламный объект. Получилась ясная визуальная метафора, MEGA стала символом шопинга. Идея оказалась настолько удачной, что на 6 следующих лет определила всю коммуникационную стратегию мегамолла.

