

Цвет, пожалуй, является наисильнейший стимулом для каждого человека. Любимым цветом Конфуция был желтый - цвет, напоминающий о мудрости, записанной в толстых желтых книгах. Желтый цвет придает жизни радость и побуждает к действию. Я бы хотел, чтобы этот ролик стал стимулом для преодоления барьеров, изменений и нестандартного мышления.

Вступлении



ATURE
TATION

OUR F
PRESE



OUR FEATURE PRESENTATION



OUR FEATURE PRESENTATION



ATURE
TATION

OUR F
PRESE



**OUR FEATURE
PRESENTATION**



**ATURE
TATION**

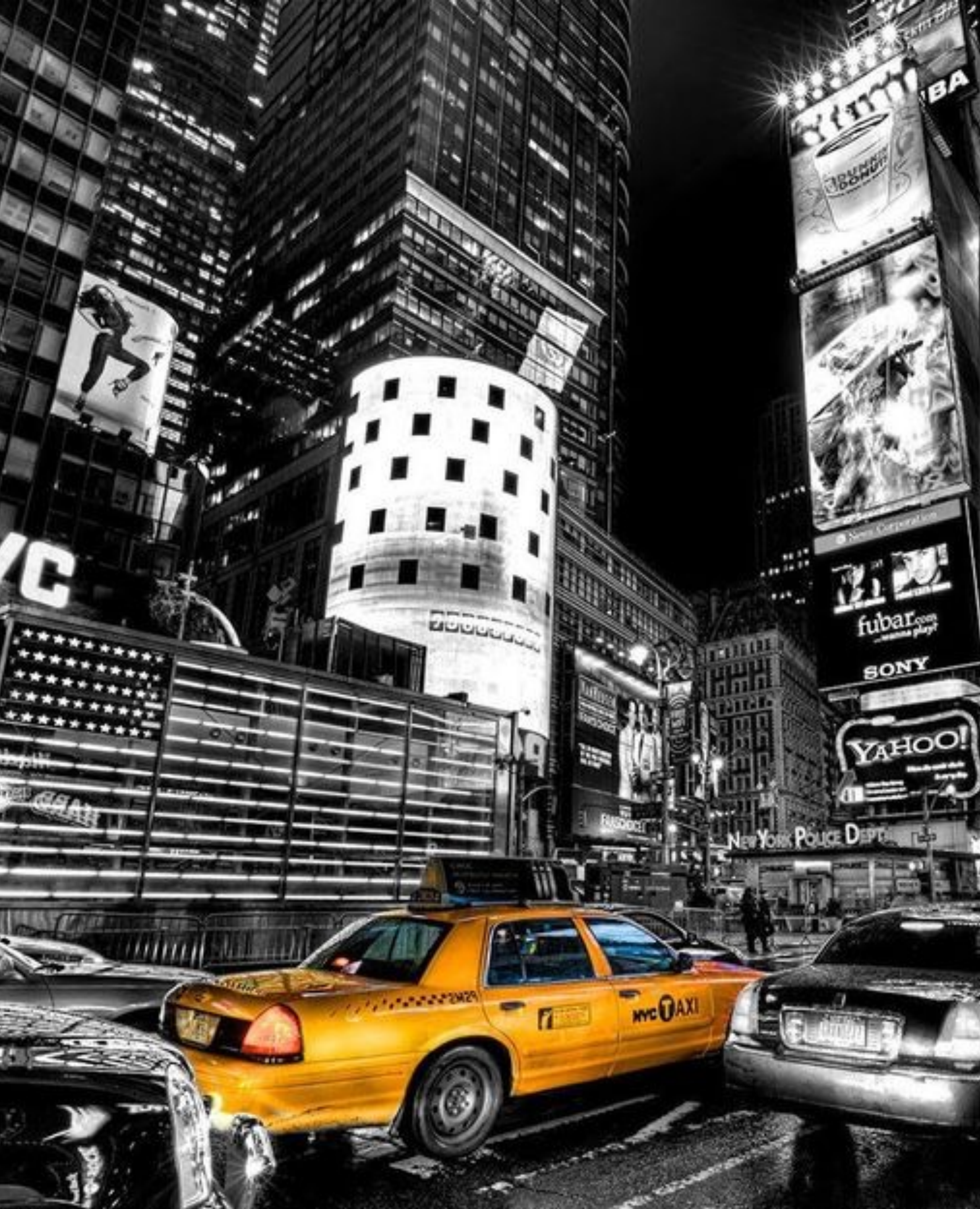
**OUR F
PRESE**



**OUR FEATURE
PRESENTATION**

Вступление

Цвет, пожалуй, является наисильнейший стимулом для каждого человека. Любимым цветом Конфуция был желтый - цвет, напоминающий о мудрости, записанной в толстых желтых книгах. Желтый цвет придает жизни радость и побуждает к действию. Я бы хотел, чтобы этот ролик стал стимулом для преодоления барьеров, изменений и нестандартного мышления.



ИДЕЯ

Многие вещи в нашей жизни с чем-то ассоциируются. Иногда, в какой-то мере эти ассоциации закреплены в нашем сознании. Так, например, желтое такси напоминает нам о Нью Йорке. Несомненно, это сильный пример. Однако есть и такие вещи, которые приобретают синонимичность. Я бы хотел, чтобы желтый цвет Билайн стал синонимом качества, функциональности и чувства уникальности. Я бы хотел, чтобы зритель почувствовал, что нет ничего страшного в том, чтобы выделяться из толпы. Из рекламы зритель узнает, что он может задавать новые направления. Иногда стоит выбрать направление, отличное от остальных. Всегда стоит стремиться к лучшему, и противостоя «серой массе», мы можем добиться новых высот.