

Case:

CROWMOOR

Media:

Printtimainonta: Kodin Kuvalehti, Me Naiset ja Ilta-Sanomat

Kilpailusivu: Menaiset.fi

Blogipostaus: Avec Sofié

Mediakanava



Verkko



Aikakauslehti



Sanomalehti



Crowmoor display-mainos

Tavoitteet ja kohderyhmä:

Tavoitteena oli saavuttaa tunnettuutta täysin uudelle siiderituotteelle, sekä pakkauksen, että tuotesisällön näkökulmasta erittäin rajallisella budjetilla. Crowmoorin kohderyhmä on 23-50 -vuotiaat naiset ja miehet.

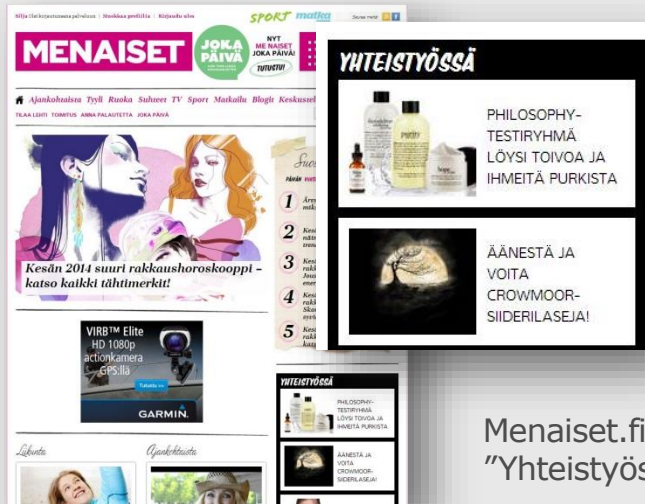
Tulokset:

Monimediallisen ratkaisun ja laajan mediapaletin avulla varmistettiin kohderyhmän tavoittaminen, valtaosa kilpailuun osallistuneista oli naisia. Kampanjasivuston kilpailun avulla haluttiin osallistaa kuluttajia ja tuotteen ja brändin parissa vietettiin paljon aikaa. Yli 70% mainoksista kilpailusivulle klikanneista osallistui kilpailuun.

“Valitsin Sanoman yhteistyökumppaniksi, koska heillä oli tarjota laajin monimediapaketti, jolla varmimmin tavoitamme Crowmoorin oikean kohderyhmän mahdollisimman laajasti. Sanomat on ollut myös luova kehitellessään ideoita kampanjoiden onnistumiselle.”

Päivi Koskela, Brand Manager, Sinebrychoff

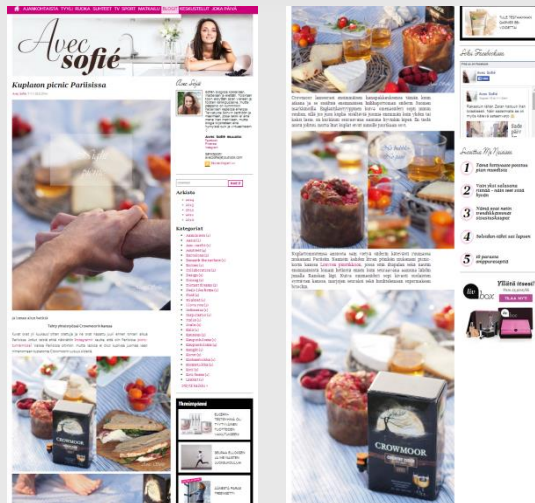
Liite: Crowmoor, hanasiideri lanseeraus



Menaiset.fi etusivu,
"Yhteistyössä" -nosto



Menaiset.fi,
kampanjasivusto



Avec Sofié,
blogipostaus



Kodin Kuvalehti 19/2014,
mainossivu