

ИЗГОТВИЛ: EASYONLINE

ДАТА: 30.04.2013

AVON SENSUELLE

КЛИЕНТЪТ

AVON е водеща козметична компания, наложила се на световния пазар като „компанията за жени”. Цялостната дейност на AVON е посветена на перфекционизма - всеки продукт, носещ марката AVON, е символ на висок стандарт за качество и безопасност.

МЕДИЯ БРИФЪТ

Задачите, поставени пред екипът ни бяха следните:

- Да се представи и популяризира по впечатляващ и запомнящ се начин новия аромат Sensuelle от AVON
- Да се представи Мария Илиева като лице на аромата
- Да се стимулират потребителите на AVON да изпробват аромата Sensuelle от AVON

АУДИТОРИЯТА

Целевата аудитория на AVON са жени, водещи активен и модерен начин на живот. За целите на кампанията таргетирахме жени на възраст 18-49 г.

СТРАТЕГИЯТА

Изградихме концепция за онлайн комуникация, която включваше изработването на специална промо страница, представяща продукта и рекламна кампания, стимулираща потребителите да открият „Тайната на Мария Илиева”.

При изработването на промо страницата, бяха използвани следните функционални и технологични особености:

- Имплементиране на интерактивни видео клипове, в които самата Мария Илиева комуникира с потребителите и представя ароматът Sensuelle
- При клик на различните менюта от промо страницата, се активира видео клип, в който Мария Илиева представя повече информация и детайли. По този начин бе изградена лична и емоционална връзка между всеки потребител, посетил страницата и самата Мария Илиева
- Визуално оформление на страницата, пресъздаващо основното послание и усещания, които носи ароматът Sensuelle - чувственост, ефирност и женственост

- На всички потребители, посетили промо страницата, бе дадена възможност да спечелят лична среща с Мария Илиева, като за целта трябваше да се регистрират чрез Facebook Connect и да споделят с приятелите си, че участват в играта на Sensuelle от AVON



РЕКЛАМНАТА КАМПАНИЯ

Кампанията се проведе в следните медии и платформи:

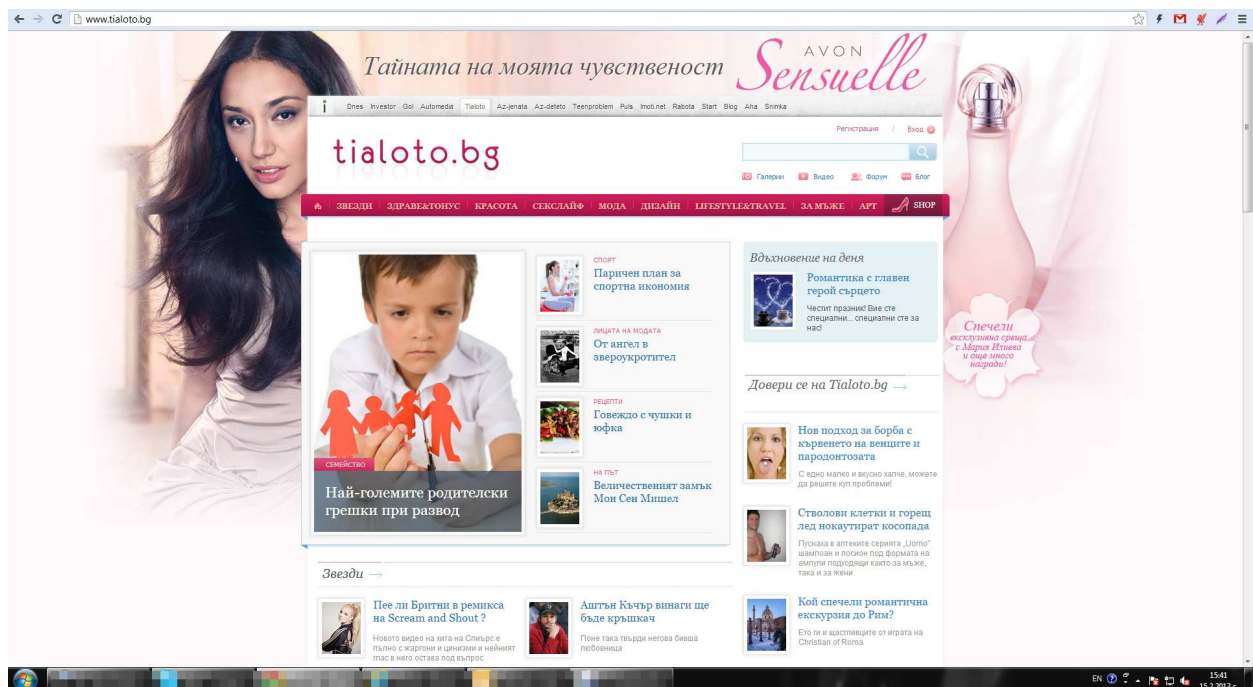
1. Premium CPM (Cost Per Mille) кампания с нестандартни рекламни носители в онлайн медии, насочени изцяло към таргет групата Жени 18-49 г.

- LadyZone.bg, нестандартен рекламен носител - mega board
- Tialoto.bg, нестандартни рекламни носители - mega board и wallpaper
- Woman.bg, нестандартни рекламни носители - mega board и wallpaper, а също и специален брандиран блог на Мария Илиева
- Bg-mamma.com, нестандартни рекламни носители - мегаборд mega board и wallpaper, позиционирани в тематична категория "Здраве и красота"

- Edna.bg, нестандартен рекламен носител - mega board
- Rozali.com, нестандартен рекламен носител - mega board

2. Performance CPC (Cost Per Click) кампания със стандартни флеш банери в Performance мрежата на рекламната платформа EasyAds - разполага с голям обхват на аудиторията, който се таргетира, като се заплаща само за клик върху рекламния носител.

3. Performance CPC (Cost Per Click) кампания с текстови карети в социалната мрежа Facebook - използване на опцията за таргетиране по възраст и пол и изграждане на силен вирусен ефект.



BG-MAMMA Търсене В подфорума Вход Регистрация Facebook вход Помощ EN

Бременност и раждане ▾ За бебето и детето ▾ Дом и семейство ▾ Здраве и красота ▾ Свободно време ▾ Хороскопи ^{нова} Още... ▾

AVON Sensuelle
Тайната на моята чувственост

Спечели ексклузивна среща с Мария Илиева и още много награди!

BG-Mamma :: Здраве и красота >> Красива мама (Модератори: kopche, bubanka, NovemberRain)

Подфоруми
Диети, поддържане на фигурата

Подарете романтична визия с Rowenta за Свети

Френски манишкор с цвете

Репетиция или готов спектакъл е „Царството“

Реклама

- Хемороиди и фисури? Решението е.....
- "Мисия моята ИТ кариера" - въпроси за интервю, CV, заплата
- Продай непотребните бебешки и детски стоки бързо, лесно и изгодно!
- Нов медицински център по педиатрия в София – 1ДКК

РЕЗУЛТАТИТЕ

Реализираната рекламна кампания постигна обхват (reach) на аудиторията от 30.03%, а за периода на провежданата активност, на специално изградената промо страница, бяха отчетени над 23 000 посещения. Всички интерактивни видео клипове, с участието на Мария Илиева бяха изгледани общо над 66 000 пъти.

Благодарение на изградената дигитална стратегия, успяхме успешно да изпълним поставените задачи - да представим и популяризираме Sensuelle от AVON пред таргет групата и да стимулираме потребителите да изпробват новия аромат.

Линк за преглед:

<http://avongame.com/Sensuelle/>