



PROMÓCIÓS KALANDJAINK
ÉRDEKESSEGEK 2017-BŐL

ÉRDEKESSEGEK 2017-BŐL

Tavaly több mint 50 promóciót bonyolítottunk le. Ez az év is hozott bőven érdekességeket, melyből felvillantunk néhányat.

Volt köztük offline is; adott helyszínen és időben egymással párhuzamosan futók; egyik nyertes meglátogathatta a Mikulást, egy másik csillagvizsgálóból nézheti majd idén a Marsot; míg más szerencsés nyertesek kocsival mehettek haza; instant nyereményekkel is találkozhatunk, és több promóciónál megjelent a jótékonyág is.

OFFLINE PROMÓCIÓ – HOGYAN MŰKÖDIK?

Bár egyre kevésbé használatos az offline promóció, mégis vannak olyan szegmensek, ahol működőképes a célcsoport összetétele, megszokása, sajátos kommunikációja vagy helyzete alapján.

A megszokás nagy úr!

Természetes hatóanyagú krémekkel foglalkozó ügyfelünk 7 hónapon keresztül tartó promóciója 2017-ben először online platformon valósult meg az adott célcsoportban.

A beküldések számának alakulása alapján ez a célcsoport már használja az online eszközöket, de az évek óta tartó megszokott offline platformról nehezen mondanak le. Összehasonlítva a 2016-os részvételi adatokkal, ügyfelünk eredményesebbnek érezte a postafiókra beküldős megoldást.

OFFLINE PROMÓCIÓ – HOGYAN MŰKÖDIK?

Célratörő kommunikáció

Offline promócióval készül - 10. éve - minden évben egy alapvető élelmiszert forgalmazó ügyfelünk. A szegmensben hatékonyan működik ez a fajta promóciós platform, bár itt is elmondható, hogy a célcsoport minden évben várja a nyereményjátékot, így megszokottá vált számukra az offline részvétel.

Sajátossága, hogy a résztvevő intézmények közvetlen megkeresésére fókuszálva kommunikáljuk a promóciót, illetve a lojalitást növelendő az előző évben résztvevőknek küldünk tájékoztató levelet.

OFFLINE PROMÓCIÓ – HOGYAN MŰKÖDIK?

Gyorsan, egyszerűen

Offline promóció működhet olyan sajátos körülmények között is, ahol ez a fajta szervezés kifejezetten megkönnyíti, hogy nem online zajlik a részvétel. A moziüzemeltetés területén adódhat olyan helyzet, mikor érdemes a nyereményjátékban való részvételt helyszínhez és időponthoz kötnünk.

A vásárlás alkalmával kapott szelvényt kitöltve gyorsan, egyszerűen és még a film megnézése előtt a helyszínen elhelyezett gyűjtődobozba bedobva valósul meg a részvétel, így azonnali a játékélmény, és nem kell ezen tartani a fókuszot a továbbiakban.

NYITÁSI PROMÓCIÓK KAVALKÁDJA

Újabb nagy áruházának nyitásakor ügyfelünk felkért minket, hogy ne csak a központi nyitási promóciót bonyolítsuk, hanem az összes speciális, kisebb-nagyobb játékot támogassuk szakmailag, melyet ennek apropóján szerveztek.

A játékok ismerve, hogy külföldi mintára tervezték megvalósításukat hazánkban, ami alapos átgondolást igényelt részünkről. A vegyesen vásárláshoz kötött és nem kötött promóciók nem mindegyike volt alkalmas eredeti formájában a megvalósításra, így a magyar jogviszonyoknak megfelelően átalakítottuk őket.

HATALMAS LELKESEDÉS - IDŐ ELŐTT

Egyik retail környezetben meghirdetett promócióban dvd filmek megvásárlásával lehetett részt venni, és nagy számú nyeremény várta 100 napon keresztül a játékosokat.

A promóciós dvd-eket az egyik partner – előzetes egyeztetés nélkül - már a promóció megbeszélte indulása előtt kihelyezte és megkezdte a játék kommunikációját is, mely az utolsó pillanatban érintette a részvételi feltételeket és a microsite programozását is.

Ráadásul ez a partner a vártnál több speciális vásárlást generált, ami gyors technikai megoldást is igényelt. A játék sikerességéhez nagy mértékben hozzájárult a problémák azonnali és gördülékeny kezelése.

A JÁTÉK HATALMA

Több éve megrendezésre kerül a környezetvédelmet elősegítő eljárást bevezető és elterjesztő partnerünk promóciója, melynek részeként a célcsoporttal kérdőívet töltetünk ki.

A szelektív gyűjtés egy formáját meghonosító eljárás támogatására szerveződő promóció be is váltja a hozzá fűzött reményeket, ugyanis a kérdőívből egyértelműen kiderül, hogy a szelektív gyűjtőket a környezet védelme mellett, leginkább a nyereményjáték ösztönzi a gyűjtésre.

A visszaváltásért kapott összeg viszont csak elenyésző számú résztvevőt motivál a környezettudatos magatartásra.

MINDENKI NYER – INSTANT NYEREMÉNYEK

Tapasztalataink szerint a promóciók kisebb részében megvalósítható hatékonyan a garantált nyeremény típusú mechanizmus.

Adózási és szervezési szempontból is alaposan átgondolt játékokra van szükség ebben az esetben, hiszen nem csak a részt vevők számát kell jól megbecsülni, hanem a nyeremények elérhetőségét is.

A kidolgozott mechanizmus évről évre finomodott és azóta is jól működik a moziüzemeltetés területén dolgozó egyik ügyfelünk célcsoportjában.

A JÓ ÜGY ÉRDEKÉBEN - CHARITY

2017-es egyik érzékelhető tendencia a promóciók világában a CSR terjedése. Ebben az évben több ügyfelünk is a kollektív gyűjtögetésre építő nyereményjáték mechanizmusát választotta. Fő üzenetük, hogy a fogyasztók vásárlásukkal jótékonyági célra gyűjthetnek.

Ez az őszi időszakban leginkább valamilyen iskolával, osztályközösséggel kapcsolatos cél volt, amit az iskolaszézon kezdete indukált.

A CSR elemet is tartalmazó promóciók előnyei, hogy erősítik a közösségépítést és a hovatartozás érzését, a fogyasztót extra motivációval sarkallják vásárlásra, valamint általuk a brand is összekötődik az adományozás, hála és jó érzés gondolatkörével.

EGYEDI KÓD A HŰSÉGPROGRAMOKBAN

Benzinkutakat üzemeltető ügyfelünk hűségprogramjának részeként szervezett promóciójában a vásárlóknak egyedi kódot generált, ha használták klubkártyájukat. A kód online beküldésével a játékosok egyszerűen tudtak részt venni a promócióban.

A kártyahasználathoz kötött vásárlással a nyeremény átadás folyamata is gördülékenyebben zajlott, ami egyértelműen erősítette a pozitív felhasználói élményt, és emellett a játék tisztaságát is biztosította, mert nem adott lehetőséget a kódok átruházására.



Kérdése van, kedvet kapott a közös munkához?

Forduljon hozzánk bizalommal: A4C Marketing Kft. 1092 Budapest, Bakáts tér 2. +36 (1) 456 7400 +36 (30) 456 7400 www.a4c.hu