

Case study

Serce i Rozum – viral marketing

Sytuacja wyjściowa

W ramach realizacji strategii marketingowej w Internecie dla TP agencja miała wzbudzić jeszcze większe zainteresowanie popularnymi postaciami Serce i Rozum. To oczekiwanie Klienta spotkało się z aktualnym rozwojem kompetencji Adv.pl w obszarze animacji 3D oraz viral marketingu. Agencja od kilku miesięcy prowadziła również oficjalny likepage Serca i Rozumu na Facebooku i dobrze znała ten brand.

Cel



Niekonwencjonalne działania marketingowe w postaci stworzenia filmu wirusowego miały na celu zwiększenie popularności lubianych już postaci Serce i Rozum oraz osiągnięcie jak największej oglądalności filmu w Internecie i szeroko pojętych mediach społecznościowych.

Grupa docelowa

→ Klienci TP oraz Internauci ceniący nowy wizerunek TP budowany przez sympatyczne postaci: Serce i Rozum.

Narzędzia i realizacja

Agencja zrealizowała w technice 3D film wirusowy z głównymi bohaterami – Sercem i Rozumem. Animacja powstała w ramach cyklu krótkich, zabawnych spotów prowokujących do uśmiechu i dystansu do siebie w komunikacji znanych w Polsce brandów.



<http://www.youtube.com/watch?v=45tiTmHyz9U>

Rezultaty

Film wirusowy w ciągu tygodnia po publikacji na YouTube obejrzało ponad **1 mln internautów**. Po miesiącu obecności w sieci doczekał się ponad **2 mln widzów**, **91%** pozytywnych komentarzy, ponad **41 tys.** publikacji na ścianach fanów w portalu społecznościowym Facebook oraz w znaczący sposób wpłynął na oglądalność spotów TV TP opublikowanych w kanale YouTube.