



Z DUMĄ WYŚLIJ WYBOROWĄ W ŚWIAT!

SOCIAL MEDIA, AKTYWACJA ON-LINE I OFF-LINE

KLIENT: WYBOROWA PERNOD RICARD **MARKA:** WYBOROWA

CEL:

1. Wzmacnianie wizerunku wódki WYBOROWA jako polskiej marki premium, z której Polacy są dumni i którą chętnie chcą się chwalić na świecie (international recognition)
2. Zaangażowanie fanów wódki WYBOROWA, budowanie więzi emocjonalnej, zaproszenie do świata marki.

ROZWIĄZANIE:

Od lat wysyłamy Wyborową w świat do ponad 70 krajów. Jesteśmy dumni z polskiej wódki, która zdobyła międzynarodowe uznanie. Postanowiliśmy dać możliwość zwykłym konsumentom pochwalenia się polską wódką i **wysłania personalizowanej Wyborowej z pozdrowieniami z Polski do dowolnej osoby na świecie!** Do kolegów z wakacji, rodziny, znajomych ze studiów, znajomych z Facebooka.

Stworzyliśmy mechanizm pozwalający na zaangażowanie ludzi na poziomie on-line i off-line. Powstała wizerunkowa aktywacja konkursowa pod hasłem: **Z DUMĄ WYŚLIJ WYBOROWĄ W ŚWIAT!**

Za pomocą kreatora dostępnego na stronie www.airmailwyborowa.pl, każdy mógł zaprojektować własne opakowanie wódki WYBOROWA i zdecydować do kogo na świecie zostanie wysłana. Codziennie Jury wybierało 5 najlepszych opakowań, w których Wyborowa wysyłana była na podany przez uczestnika adres. Konkurs trwał od 8.09 do 2.11.2014 (56 dni). Do wygrania było 280 sztuk Wyborowej w spersonalizowanych tubach. Wyborowa w opakowaniach zaprojektowanych przez konsumentów przemierzyła w sumie setki tysięcy kilometrów w świecie rzeczywistym i dotarła na różne kontynenty.

KOMUNIKACJA:

W związku z ograniczoną możliwością reklamy alkoholu głównym kanałem komunikacji był fanpage WYBOROWEJ na FB, który kierował na stronę konkursową www.airmailwyborowa.pl

W wybranych sieciach handlowych umieszczone zostały materiały POS, na butelkach Wyborowej konkursowe owijki.

EFEKTY:

WYBOROWA w personalizowanych tubach trafiła w sumie **do 20 krajów na całym świecie**. Najdalsze destynacje wybrane przez naszych konsumentów, to m.in. **USA, Kanada, Australia, RPA, Kostaryka**

Otrzymaliśmy wiele pozytywnych informacji zwrotnych i zdjęć od obiorców przesyłek.