



MAESTRO ROZDAJE BUZIAKI

KAMPANIA ZINTEGROWANA

KLIENT: MASTERCARD **MARKA:** MAESTRO

CEL:

1. Zwiększenie transakcyjności kartami płatniczymi Maestro
2. Ocieplenie wizerunku Maestro, budowanie więzi emocjonalnej z marką

ROZWIĄZANIE:

Stanęliśmy przed dużym wyzwaniem – ociepleniem wizerunku produktu finansowego. Aby to zrealizować postanowiliśmy ożywić popularne i lubiane przez wszystkich „emotikony” w ramach symboliki logotypu Maestro. Powstała kolekcja 6 unikalnych pluszowych maskotek, które stały się nagrodami w promocji ”Maestro rozdaje Buziaki”. Każdy Buziak miał inną minę i imię, dostępny w kolorach Maestro: czerwonym lub niebieskim. W celu zwiększenia częstotliwości transakcji kartami płatniczymi wybraliśmy do promocji mechanizm collect&get, na konsumentów czekała cała rodzina maskotek, a kolekcjonowanie budowało więź emocjonalną z marką. Aby zostać posiadaczem Buziaka należało dokonać 4 transakcji kartą Maestro i udać się do wybranego Inmedio i Relay po odbiór nagrody.

KOMUNIKACJA:

ATL: spot TV i kino (agencja McCann), reklama prasowa, billboardy, citilighty, reklama w metrze, ekrany ATM banków, ATM Cash4You

BTL: ulotki i plakaty w oddziałach banków, ulotka dołączona do wyciągów bankowych, stand w Reserved

ON-LINE: strona www, strony internetowe banków, konkurs internetowy - stwórz buziaka, gry, kampania internetowa

EXPERIENTIAL MARKETING: ambient w sieci kin Cinema-City i w salonikach Inmedio i Relay

EFEKTY:

Odnotowany został znaczny wzrost transakcji kartami płatniczymi Maestro, wzrosła też świadomość marki. Wszystkie nagrody w promocji zostały wydane. Dzięki szerokiej i zintegrowanej komunikacji BUZIAKI stały się jednym z najbardziej pożądanym gadżetów reklamowych.

Kampania otrzymała nagrodę GOLDEN ARROW w kat. promocja sprzedaży BtoC.