



IQ Marketing



PAYPASS GOOOL!

KAMPANIA ZINTEGROWANA

KLIENT: MASTERCARD **MARKA:** MASTERCARD PAYPASS

CEL: Budowanie świadomości marki MasterCard® *PayPass*™ oraz wizerunku MasterCard, jako narodowego sponsora mistrzostw UEFA EURO 2012

ROZWIĄZANIE:

Postanowiliśmy wykorzystać emocje piłkarskie związane z EURO 2012 do budowania więzi emocjonalnej z marką. Nowoczesny produkt (MasterCard *PayPass*) dobrze wpisywał się w kontekst sportowego święta.

Strategia komunikacji zakładała stworzenie i wypromowanie charakterystycznej „maskotki” piłkarskiej, która stanie się symbolem promocji oraz symbolem MasterCard, jako sponsora Mistrzostw UEFA EURO 2012. Maskotka była elementem łączącym wszystkie nośniki użyte w kampanii.

Zaprosiliśmy konsumentów do promocji opartej na prostej grze nawiązującej do EURO 2012, emocjach i bezcennych nagrodach – biletach na mecze. Codziennie do wygrania były 3 podwójne bilety na mecze Euro 2012 w Polsce. Mechanika gry zbliżona była do popularnej „Angry Birds”. Naszym bohaterem/graczem była „maskotka” – piłkarzyk. Co tydzień pojawiała się nowa plansza gry. Każdego dnia nagradzano 3 uczestników, którzy osiągnęli najwyższy wynik w grze i przestali potwierdzenia zarejestrowanych transakcji (płatności kartą Maestro *PayPass* lub MasterCard *PayPass* w technologii zbliżeniowej MasterCard).

KOMUNIKACJA:

ATL*: prasa (magazyny, TV Guides), TV, kino, billboardy, citilighty, telebimy na stadionach, ekrany ATM

*Kreacja ATL przygotowana została przez McCann, w oparciu o key visual (piłkarzyk) zaprojektowany przez IQ Marketing.

BTL: ulotki, plakaty, standy w oddziałach banków, sklepach sportowych, barach i pubach

ON-LINE: strona www.paypass.pl, kampania banerowa, gra na portalu Facebook, e-mailingi

EFEKTY:

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