

VODAFONE LOVE MIXER

STUDIU DE CAZ

CLIENT

Vodafone Romania este o subsidiara locala a Vodafone Group, cel mai mare grup international de telecomunicatii cu divizii in 31 de tari si peste 41 de retele partenere in intreaga lume.

CONTEXT

Vodafone Romania necesita in mod constant cele mai noi instrumente pentru a-si prezenta produsele si serviciile clientilor potentiali si actuali. De la debutul colaborarii cu Vodafone, am avut ocazia de a dezvolta in mod continuu **campanii de comunicare pentru a sprijini** eforturile de marketing.

Serviciile oferite de Kondiment includ:

- Strategii si concepte pentru campanii online
- Dezvoltare de minisite-uri
- Campanii de e-mail marketing
- Campanii de publicitate pe Facebook
- Dezvoltare de pagini de campanii
- Campanii Google AdWords
- Campanii de display advertising
- Campanii de publicitate contextuala
- Materiale de comunicare interne
- Advergaming
- Mentenanta site

BRIEF

In februarie 2012, am fost provocati sa identificam un concept creativ pentru a promova pachetele personalizate Vodafone create atat pentru utilizatorii de abonament, dar si pentru utilizatorii de cartela, implicand in acelasi timp utilizatorii in apropierea Valentine's Day.

PROIECT

Pentru a atinge obiectivele, am inteles ca trebuie sa facem ca acest proiect sa devina viral. De aceea, am gandit o aplicatie care sa implice utilizatorii in mod activ. Provocarea a fost sa construim aplicatia acolo unde se afla majoritatea publicului Vodafone. Astfel, am luat in considerare doua categorii majore de public: utilizatorii activi ai Vodafone.ro si fanii prezenti in numar mare pe pagina de Facebook a Vodafone Romania – Vodafone Buzz (<https://www.facebook.com/vodafonero>) – implementand aceeasi aplicatie pe ambele canale.



Aplicatia creata consta intr-un quiz ce permite utilizatorilor sa trimita o scrisoare personalizata celor dragi, scrisoare bazata pe raspunsurile la quiz oferite de ei. Cele 7 intrebari ale quiz-ului au fost create in asa fel incat sa ne ajute sa determinam daca recipientul este abonat sau utilizator de cartela – astfel putand sa recomandam un anumit pachet promotional din cele 5 pregatite de Vodafone.

Pentru a personaliza scrisorile, utilizatorii erau rugati sa completeze numele destinatarului scrisorii. Raspunsurile intrebarelor din quiz erau de asemenea reprezentate grafic de catre un icon – acesta apare ulterior in scrisoarea finala, inlocuind un anumit cuvânt din aceasta. Scrisoarea putea fi trimisa prin mail sau prin post pe Facebook.

Dupa Valentine's Day si echivalentul romanesc Dragobete, am decis sa actualizam aplicatia pentru sarbatorile locale Martisor (1 martie) si Ziua Femeii (8 martie) si sa targetam cu precadere doamnele si domnisoarele.

Campania a fost live intre 12 februarie si 9 martie 2012.

REZULTATE

Utilizatorii au primit aplicatia cu entuziasm, folosind-o pentru a-si arata aprecierea pentru cei dragi. In plus, aplicatia a ajutat si la inregistrarea unei cresteri semnificative a numarului de fani de pe pagina oficiala a Vodafone in Romania.

Ca dovada ca aplicatia a fost inovativa si speciala, „Love Mixer” a fost prezentata in prima editie a evenimentului organizat de IQAds “Digital Heroes”, alaturi de alte aplicatii dedicate Valentine's Day precum cele pregatite de companii precum Heineken, Bit Defender si Skittles.