KONDIMENT
proven efficiency

VODAFONE PIXELMANIA

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 luna octombrie a anului 2011, Vodafone Romania ne-a rugat sa gasim un concept creativ pentru campania de iarna ce urma sa genereze trafic si sa stimuleze utilizatorii sa isi creeze cont in MyVodafone si sa il foloseasca in mod activ.

PROIECT

Pentru a determina publicul sa foloseasca MyVodafone, am venit cu ideea de a crea un joc pe care utilizatorii sa il poata juca numai daca erau autentificati in cont. Am stiut ca jocul trebuia sa fie simplu si datator de dependenta, intr-atat incat sa ii faca pe utilizatori sa revina periodic pentru a juca – devenind astfel utilizatori activi ai conturilor lor.

Jocul implementat pe site-ul vodafone.ro a purtat numele de Pixelmania. Mecanismul jocului presupunea faptul ca utilizatorii MyVodafone „intorceau" pixeli in fiecare zi intr-un panou personalizat Vodafone. Fiecare pixel intors echivala cu o inscriere in concurs, permitand utilizatorilor sa castige premiul zilei sau sa intre in cursa pentru marele premiu de final de campanie.

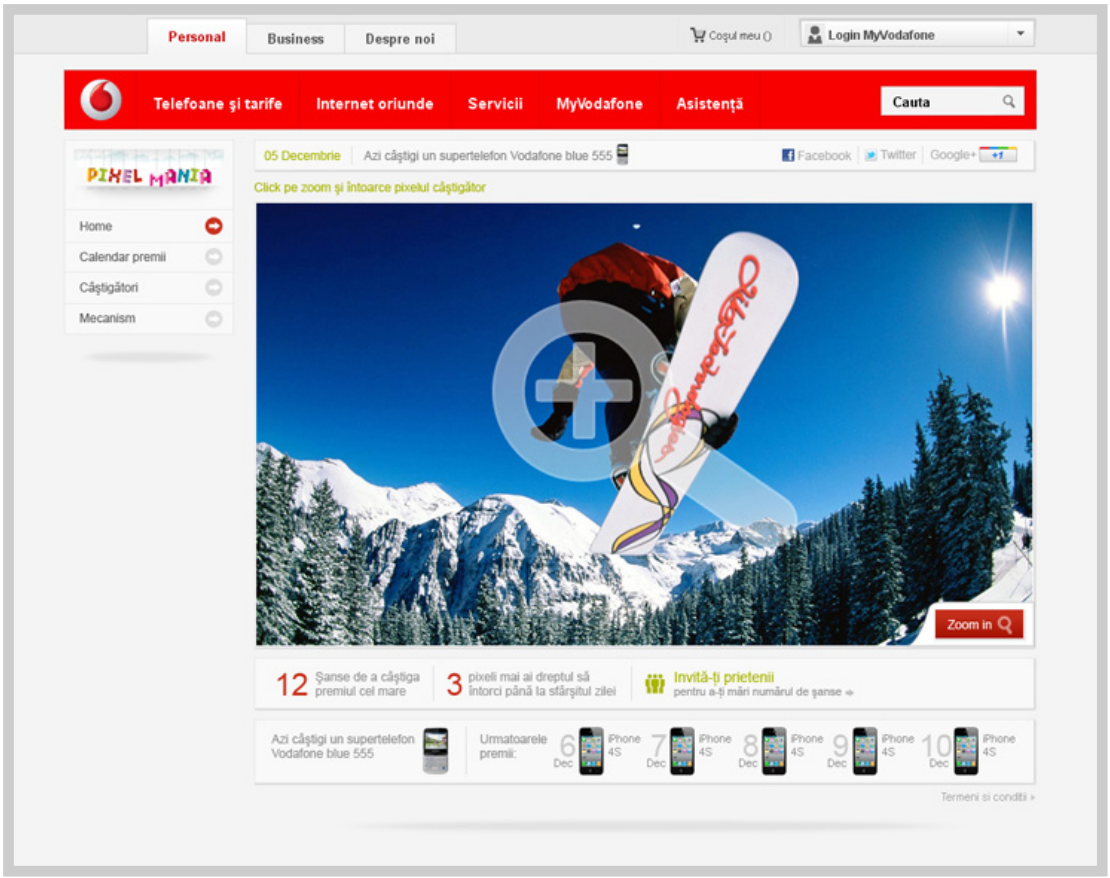
Panoul cuprindea de asemenea si pixeli norocosi „x2” ce permiteau celui ce ii descoperea sa mai intoarca inca doi pixeli – sporind astfel sansele la premiu.

Un element interesant al campaniei a fost reprezentat de factorul de multiplicare al jocului: utilizatorii isi puteau invita si prietenii sa joace, prin e-mail sau share pe Facebook, astfel sporindu-si sansele la premiu. Fiecare prieten invitat care isi crea un cont in MyVodafone si care de asemenea juca jocul ii aducea jucatorului care l-a invitat sansa de a mai intoarce un pixel.

Pixelmania a oferit 58 de premii zilnice, constand in carti, telefoane si dispozitive Vodafone. Marele premiu de final de campanie a fost reprezentat de un card MasterCard cu 5000 Euro credit disponibil.

Campania a fost activa in perioada 5 decembrie 2011 – 31 ianuarie 2012.

O campanie care a ajutat Vodafone Romania sa isi sporeasca traficul si sa creasca numarul de utilizatori activi ai MyVodafone.

REZULTATE

Rezultatele au fost impresionante: zeci de mii de pixeli intorsi in fiecare zi. A fost o experienta minunata oferita utilizatorilor Vodafone, una care i-a implicat si i-a transformat in utilizatori activi ai contului MyVodafone.