



## STUDIU DE CAZ

### **Concert la injectoare - Odyssey**

Câștigător BRONZ în categoria Site-uri, microsite-uri și bloguri de promovare și Best Use of Viral Video

**Client:** Rompetrol

**Agenție:** Odyssey

**Perioada:** 27.09 – 26.10.2010

**Media folosite:** online banners

### **BACKGROUND**

Campanie desfășurată cu scopul de a scoate în evidență, într-un mod neconvențional și cu mult umor, beneficiile carburantului Efix: protecția motorului, reducerea coroziunilor și curățarea injectoarelor. Beneficiul de curățare a injectoarelor a fost dramatizat în ideea creativă: „Cu Efix, injectoarele sunt atât de curate încât poți cânta la ele”. Campania și-a propus să transmită acest mesaj folosind drept vehicul un film de aproximativ 3 minute ce a circulat viral în mediul online. Filmul ne prezintă un conducător auto ce vine să-și ridice mașina cu injectoarele curățate într-un service. Mecanicii îl iau la mișto, cu argumentul că nu avea nevoie oricum să i se curețe injectoarele, dacă a alimentat cu Efix. Și pentru o demonstrație, îi cântă la injectoarele scoase din mașină. Site-ul este o replică a garajului în care s-a filmat, cu mai multe hot-spoturi în care ești informat de beneficiile produsului. De asemenea, cumpărând carburant Efix de minim 50 lei te poți înscrie pe site la o promoție ce oferă în fiecare zi câte un premiu prin tragere la sorți constând într-un plin de carburant. Strategia, creația și designul site-ului au fost făcute de Odyssey, implementarea on-line a fost făcută de Infnit Solutions.

### **OBIECTIVE**

Obiectiv principal: creșterea notorietății pentru brand-ul Efix și pentru beneficiile sale: protejarea motorului prin curățarea injectoarelor și a supapelor; generare de trafic pe site (peste 100.000 vizite);

Obiectiv secundar: participare în promoția de vânzări

### **TARGET**

Conducători auto, în special bărbați 22 – 45 ani, focus pe 25-35 ani, studii medii și superioare, din mediul urban, cu un anumit bagaj intelectual, comunicativi și informați asupra a tot ceea ce este nou și practic

### **STRATEGIE**

Crearea unui film video prin care să creștem notorietatea brand-ului Efix și a beneficiilor sale și crearea unui site care:

- să ofere o nouă imagine pentru web site-ul efix.ro
- să prezinte, inclusiv prin intermediul filmului care sunt beneficiile cele mai importante ale carburantului Efix
- să ofere posibilitatea înscrierii în promoție



## CREAȚIE



## REZULTATE

Număr utilizatori înregistrați : peste 26.000 utilizatori înregistrați în cadrul promoției. Deși a beneficiat doar de promovare online, rezultatele promoției sunt la nivel de campanie comunicată ATL

Vizionări spot video: 415 000 pe Youtube, 220.ro, alte site-uri de video sharing și pe efix.ro

170 000 vizite pe site-ul efix.ro din care peste 100.000 vizitatori unici

16 000 shares pe facebook

Peste 100 de preluări pe bloguri și publicații online

ApropoTv și Radio Guerilla au dezbătut viralul și ideea din spatele lui.

## CREDITS (agenția / echipa)

Rompetrol: Din partea Rompetrol, Mihai Dinculescu (121&Brand Building Manager); Alina Voicu (Marketing Coordinator)

Odyssey: Dragoș Andreiașu (Client Service); Valentin Suci (Creative Director); Florian Nistor (Art Director)