



STUDIU DE CAZ

Fotbal adevarat - Webstyler

Câștigător AUR în categoria Site-uri, microsite-uri și bloguri de promovare

Client: Ursus Breweries

Agenție: Webstyler

Data lansării: 19.03.2010

Media folosite: online, BTL (meciul Legende vs Suporterii), produs (ediție specială de can-uri)

BACKGROUND:

Timișoreana, un brand ce susține pasiunea pentru lucrurile bine făcute ce trec testul timpului, este sponsorul principal al Cupei României la fotbal. Într-un fotbal dominat de scandaluri media și non-valori, Timișoreana și-a propus să reînvie spiritul fotbalului, definit prin dedicare, pasiune și fair play. Singurul teritoriu unde poate fi regăsit acest spirit este trecutul glorios al fotbalului românesc cu legendele sale.

OBIECTIVE

Obiectivele au fost ale campaniei, nu au existat obiective izolate pentru site. Acestea au fost: Creșterea indicatorilor de imagine 'beer associated with football', 'beer I feel close to', 'Beer that sustains the values that transcend time'.

TARGET: 18+, masculin, iubitori de fotbal

STRATEGIE

Fiind un element de bază al campaniei, site-ul trebuia să susțină (prin call to action & tone of voice) campania prin fiecare dintre cele 5 faze: provocarea, faza 1 a competiției, faza 2 a competiției, cantonamentul, meciul. În fiecare fază, site-ul își schimba vizualul, acesta însoțind call to action-ul din momentul respectiv. De altfel, aproape întreg conținutul text al site-ului era updatat în funcție de momentul în care se afla campania.

Principalele elemente care au definit site-ul au fost: Vizualurile – imagini care prezintă cei 11 foști jucători ca pe niște adevărate legende.

Spoturile video (cu legendele și antrenorul) – care au dat credibilitate campaniei și i-au făcut pe useri să se implice.

IDEEA

Timișoreana a propus fanilor un meci de vis: o echipă de 11 legende din anii '80 împotriva unei echipe a fanilor, aleasă online. Sloganul campaniei: 'Să nu uităm ce înseamnă fotbal.'



Chemarea legendelor

Silviu Lung, fost căpitan al echipei naționale a chemat legendele, printr-un spot postat pe YouTube, să rejoace fotbal adevărat. Unii dintre ei (Cârțu, Cămătaru, Belodedici, Bumbescu) au confirmat că participa prin alte spoturi pe YouTube.

Lansarea provocării

După ce a strâns o echipă de 11 legende, Lung a lansat provocarea fanilor printr-un nou spot pe YouTube: să joace în echipa fanilor ce urma să întâlnească echipa legendelor.

Competiția

Pentru a ajunge în echipa fanilor, aceștia au participat la o competiție în două faze, prin filme încărcate pe site-ul campaniei. În faza 1 și-au demonstrat talentul, iar în faza 2 primii 40 au trebuit să-și demonstreze dedicarea și pasiunea pentru fotbal pentru a intra în lotul de 16. Cei mai buni din fiecare fază au fost aleși printr-un sistem de vot combinat în care ponderea era împărțită 50%/50% între utilizatorii care puteau să-și voteze favoriții și antrenorul Mircea Rădulescu (fost antrenor al echipei naționale), care acorda note de la 1 la 10.

Cantonamentul

Cu o săptămână înainte de marele meci, cei mai buni 16 au intrat în cantonament împreună cu Mircea Rădulescu. Meciul – 26 mai 2010. Meciul s-a jucat la Iași, în deschiderea finalei Cupei României, și a fost transmis în direct pe televiziunea Sport.ro.

CREAȚIE





SĂ NU UITĂM CE ÎNSEAMNĂ FOTBAL

LEGENDELE

El gâlc ce înseamnă fotbal adevărat. Alături pe terenul său și în afara lui. Jucăm, unii dintre cei mai mari fotbalști ai României vor să facă un fotbal ca în vremurile bune.

MANIFEST PROVOCAREA GALERIE LEGENDELE CUPEI

LEGENDELE CUPEI

El gâlc înseamnă fotbal adevărat. Alături pe terenul său și în afara lui. Jucăm, unii dintre cei mai mari fotbalști ai României vor să facă un fotbal ca în vremurile bune.

PREGĂTIREA LEGENDELOR

MANIFEST Să nu uităm ce înseamnă fotbal!

PASEAZĂ

SALVIU LUMI
MIRONAS BELOGEDICI
RODION CĂRĂȚARU



REZULTATE

Evoluția indicatorilor de imagine:

Beer associated with football – creștere cu 60%

Beer that sustains the values that transcend time – creștere cu 52%

Beer I feel close to – creștere cu 63%

CREDITS

Interactive agency: Webstyler

Advertising agency: GMP