

Studiu de caz: Povestea Kinder Surprise - Hyperactive

Câștigător FMCG Mâncare – Site-uri, microsite-uri și bloguri de promovare, BRONZ
Site-uri, microsite-uri și bloguri de promovare și Premiul Special de Webdesign.

Client: Ferrero Romania

Agentie: HyperActive

Perioada: 25 august – 17 octombrie 2011

Media folosite: online, TV, event

1. BACKGROUND

Ca și în anii trecuți, lansarea unei noi colecții Kinder Surprise este o adevărată surpriză și un mare eveniment, atât pentru părinți, cât și pentru copii.

Iar fiecare nouă colecție Kinder Surprise spune de fiecare dată o poveste originală și actuală, modernă.

De aceea, în mod natural, www.PovesteaKinderSurprise.ro a luat forma unei cărți digitale pentru copii, cu ilustrații, grafică 3D și animație.

Platforma cuprinde, printre altele, jocuri interactive și concursuri construite în jurul fiecărei noi colecții Kinder Surprise. Practic, la lansarea fiecărei colecții se adaugă o nouă pagină cu câte o nouă poveste scrisă de Kinder Surprise împreună cu părinții și copiii.

Campania colecției Dr. Mouse a avut 2 etape:

- 1. Teasing (25 august – 3 septembrie)**
- 2. Revealing (3 septembrie – 7 octombrie)**

Teasing

Această etapă a fost comunicată ca o continuare a campaniei de anul trecut, în care oul Kinder Surprise se întorcea pe piața din România după 8 ani de pauză, sub deviza “Descoperă surpriza acestei toamne”.

Campania de teasing s-a încheiat odată cu evenimentul din Parcul Lumea Copiilor, care a avut loc pe 3 septembrie 2011.

Revealing

Evenimentul din Parcul Lumea Copiilor a lansat colecția Doctor Mouse și totodată și siteul. Cei prezenți la eveniment au fost invitați să afle mai multe despre colecție la întoarcerea acasă accesând: www.PovesteaKinderSurprise.ro.

2. OBIECTIVE

- Obiectivul campaniei 360: Construirea unei “tradiții” în jurul lansării colecțiilor Kinder Surprise printr-un eveniment
- Obiectivul campaniei online: Construirea unui spațiu destinat tuturor poveștilor colecțiilor Kinder Surprise

3. TARGET

Această campanie a fost adresată părinților cu copii cu vârsta cuprinsă între 4-10 ani.

4. STRATEGIE

Brieful nostru a fost să creăm o platformă digitală pentru Kinder Surprise, care să susțină atât lansarea colecției Dr. Mouse, cât și lansarea următoarelor colecții. De

asemenea, platforma trebuia să poziționeze Kinder Surprise ca brand-ul “storyteller” din portofoliul Ferrero.

Cum?

- Prin crearea unui spațiu de distracție pentru părinți și copii, plin de povești și jocuri misterioase, evenimente și concursuri (aceasta fiind și misiunea produsului).
- Prin transformarea oricărui eveniment de brand, mare sau mic, într-o poveste, pentru a putea fi ușor înțeleasă de către părinți și copii 😊

Acest website nu reprezintă un simplu site, ci o adevărată călătorie în Lumea de Poveste a Kinder Surprise.

5. CREAȚIE

Teasing – Pagina de lansare



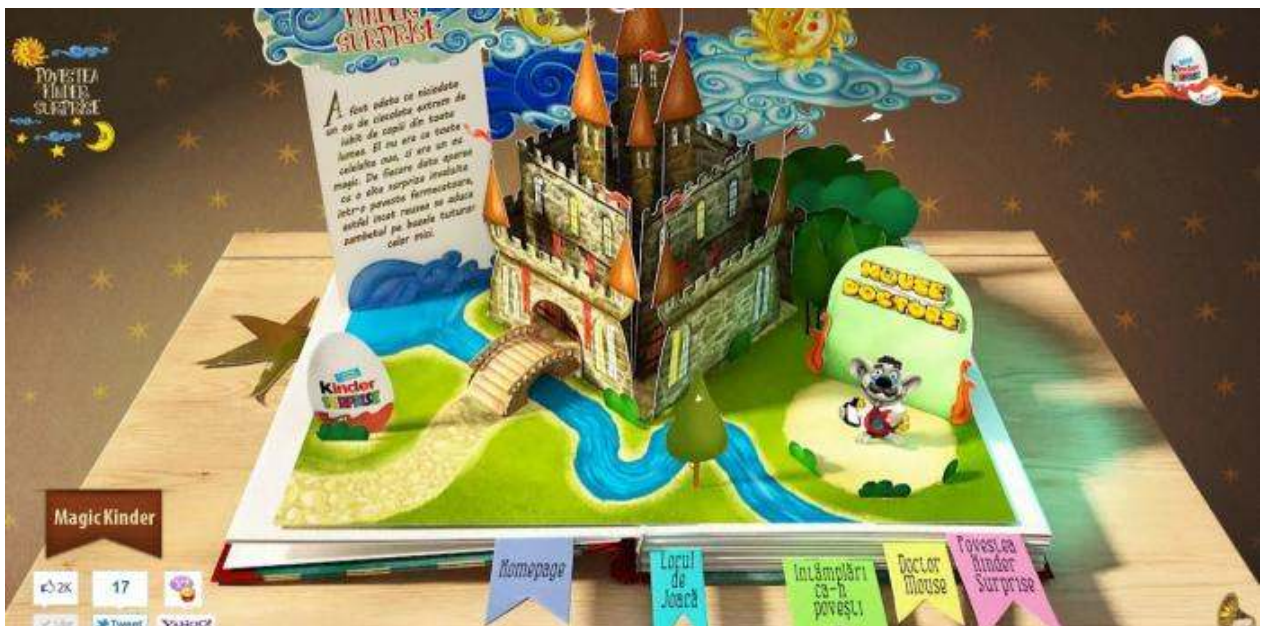
Teasing – pagina după 3 zile de la lansare (fiecare poză mică este asociată unui participant)



Teasing – campanie media



Revealing - Homepage



Revealing - Pagina "Locul de joaca"



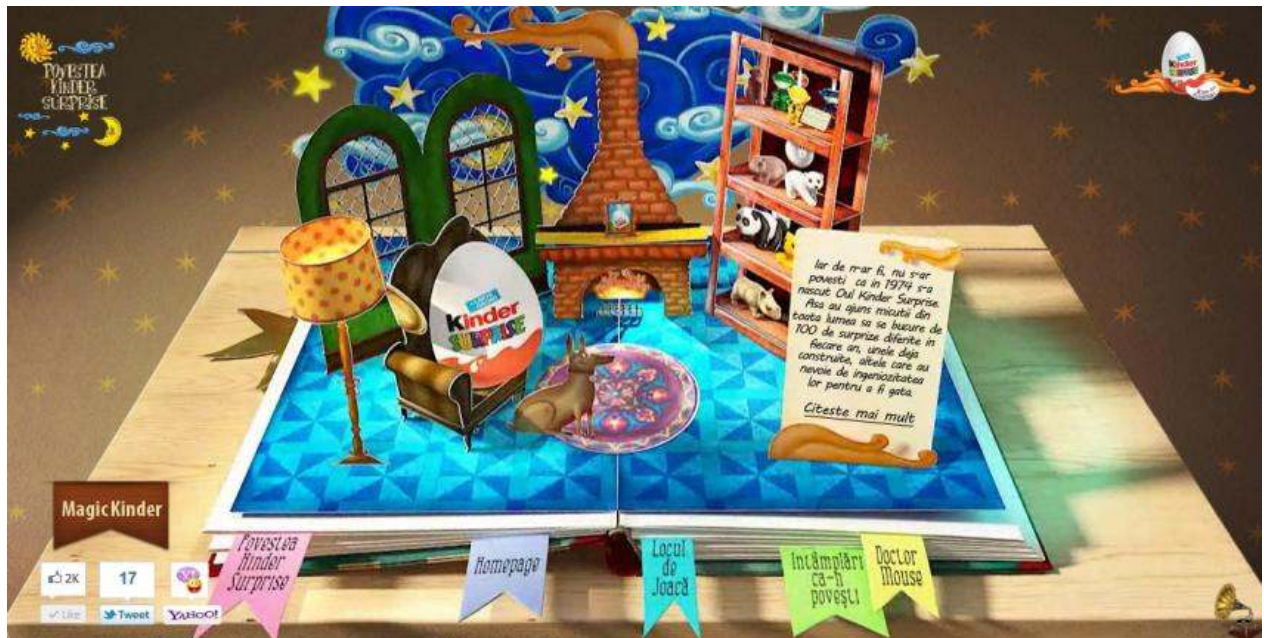
Revealing - Pagina colecție Doctor Mouse



Revealing - Pagina pentru evenimente, denumită “Întâmplări ca-n povești”



Revealing - Pagina poveștii oului Kinder Surprise, denumită “Povestea Kinder Surprise”



Revealing - Jocul din pagina "Locul de Joaca" (advergame)



6. REZULTATE

Overall campanie (teasing + revealing): 25 august – 17 octombrie

367.150 vizite

105.794 vizitatori unici

423.102 pagini vizualizate

10.231 like-uri

7046 conturi create

Pe etape:

Rezultate Teasing (25 august - 3 septembrie)

50.801 vizite in **10 zile**

43.454 vizitatori unici

77.023 pagini vizualizate

1096 like-uri

6.716 mușcături din cașcaval -> rata de conversie ~**13%***

Rezultate Revealing (3 septembrie – 17 octombrie)

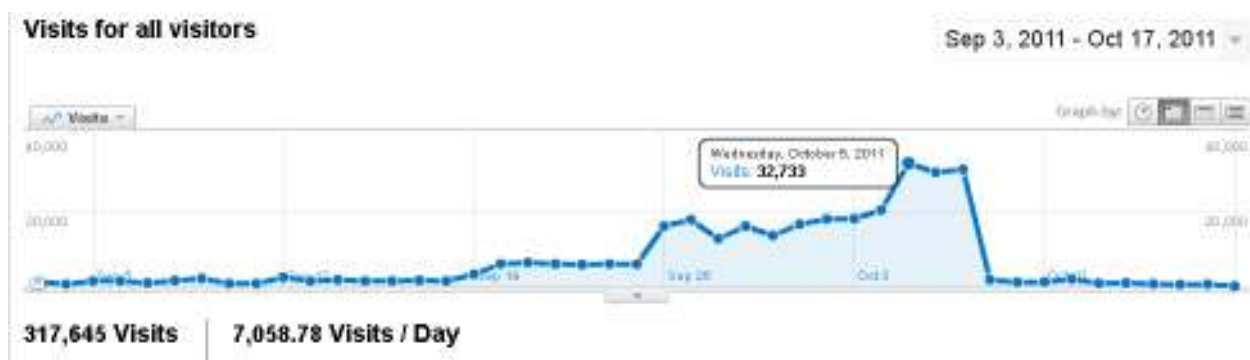
317.645 vizite

63.318 vizitatori unici

347.687 pagini vizualizate

9.135 like-uri

7046 conturi create



7100 vizite pe zi in medie

32.733 vizite - varf de trafic pe 5 octombrie 2011

7. CREDITS

Ferrero

Camelia Dau – Senior Brand Manager

Hyperactive

Ionut Andrei – Client Service Director

Alexandra Trofin – Account Manager

Bogdan Gheorghiu – Creative Director

Vlad Macarie – Art Director

Anca Muscalu – Copywriter

Robert Sumarocov – Flash developer

Florin Capatana – Back End developer

Mulumiri pentru: Noper & Reniform