

Ruszyła kampania rekomendacji Streetcom dla dwumiesięcznika Pluszaki Rozrabiaki. Wybrana spośród społeczności ekspertów Streetcom grupa tysięcy ambasaderek - matek z dziećmi w wieku od 3-9 lat - rozpoczyna akcję testowania i bezpośredniej rekomendacji pisma wśród innych mam. Kampania jest kolejnym niestandardowym rodzajem promocji Pluszaków Rozrabiaków, jednocześnie pierwszym tego typu działaniem w wydawnictwie Egmont Polska.

Dwumiesięcznik Pluszaki Rozrabiaki skierowany jest do dzieci w wieku 3-7 lat. Wyjątkowości nadaje mu nietypowa konstrukcja postaci – każda z nich wyposażona jest w zespół charakterystycznych cech odzwierciedlających różne typy osobowości, z jakimi dzieci spotykają się na co dzień. Tak przygotowany magazyn, bliski realnym, codziennym sprawom idealnie nadaje się do kampanii opartej o marketing rekomendacji. Tysiąc ambasaderek – matek – otrzymało pakiet startowy: specjalnie przygotowany przewodnik po świecie Pluszaków Rozrabiaków, egzemplarze pisma dla siebie oraz do rozdania - dla innych mam. Ambasadorki będą raportować, dzieląc się informacjami o Pluszakach oraz wskazując ilość rekomendacji.

Celem akcji - obok poinformowania o istnieniu pisma i pokazania jego atutów - jest przekonanie do idei tego wyjątkowego magazynu oraz zbudowanie naturalnej więzi pomiędzy ambasadorkami, a pismem. Dodatkowo opinie osób mających kontakt z tytułem będą cennym źródłem wiedzy umożliwiającym dalszy rozwój i doskonalenie pisma. Akcja zaplanowana na dwa miesiące rozpoczęła się 1 czerwca i już dziś można śledzić pierwsze opinie zaangażowanych w nią ekspertek. A to wszystko za pomocą forum internetowego poświęconego Pluszakom Rozrabiakom, które powstało na stronie agencji Streetcom.

Kampania połączona jest ze specjalną ofertą zakupową. Wszystkie osoby biorące udział w programie – ambasadorki oraz ich rozmówcy mogą zamówić pakiet Pluszaków Rozrabiaków dla swoich dzieci w specjalnej promocyjnej cenie za pośrednictwem www.pluszakupromocja.pl.

Egmont Polska