

Marka Lay's zakończyła właśnie kolejną – po m.in. „Wymyśl Nowy Smak” i „Pucharze Smaków” - niestandardową kampanię: „Marzenia Ziemniaka przed końcem świata”. Jej głównym bohaterem był... Ziemniak w obliczu przepowiedzianej przez Majów na grudzień tego roku apokalipsy. No właśnie - jak połączyć ze sobą pozornie niepasujące do siebie elementy takie jak przepowiednię Majów, koniec świata, ziemniaka, chipsy i marzenia?

A jednak...

„Marzenia Ziemniaka przed końcem świata” to hasło najnowszej akcji marki Lay's, na którą składał się konkurs dla konsumentów oraz oferta limitowana w postaci dwóch nowych smaków.

Koncepcja? Oryginalna. Na 21 grudnia 2012 r. Majowie przepowiedzieli koniec świata.

Jak w obliczu apokalipsy zachowują się ludzie? Żyją pełnią życia i spełniają marzenia, aby wykorzystać pozostały czas... Swoje największe pragnienia chciał też zrealizować nowy bohater Lay's – Ziemniak. Dwa z nich: kąpiel w miodzie i poznanie smaku greckich wysp zostały spełnione. Tak powstały nowe Lay's o smaku Sałatki greckiej oraz Żeberka w miodzie. Spełniając kolejne marzenia Ziemniaka, każdy miał szansę, aby wygrać pieniądze na realizację własnych życzeń.

Mechanizm akcji? Prosty. Należało kupić paczkę Lay's i znaleźć w niej kupon z kodem, zarejestrować się na stronie www.lays.pl, następnie wpisać kod i w ciekawy, pomysłowy sposób spełnić marzenie Ziemniaka. Można było korzystać z podpowiedzi umieszczonych na kuponach albo puścić wodze fantazji i samodzielnie wymyślić, o czym Ziemniak może marzyć. Można było również stworzyć, za pomocą edytora dostępnego na stronie, ciekawy graficzny projekt, używając zarówno z gotowych elementów, jak i własnych, dodanych zdjęć.

Wyniki? Imponujące. W konkursie zarejestrowało się prawie 300 tysięcy osób, a strona www.lays.pl zanotowała w tym czasie aż 11 milionów odsłon! Każdy z użytkowników spędził na niej rekordowo dużo czasu - średnio 5 minut 33 sekundy – co świadczy o ogromnym zainteresowaniu treściami zamieszczonymi na stronie, takimi jak galeria zwycięzców oraz duży wkład w realizację marzeń głównego bohatera.

Efekt – spektakularny, na miarę końca świata. W akcji udało się połączyć ze sobą wszystkie elementy dobrej kampanii: nośny temat, ciekawy pomysł na jego wykorzystanie, prosty mechanizm konkursowy i zaangażowanie konsumentów.

Zależało nam, aby stworzyć coś zupełnie nowego, a jednocześnie dobrze wpasować się w strategię komunikacyjną Lay's – mówi Anna Bielecka-Bochenko, Brand Manager marki Lay's. – Po niebывалым sukcesie poprzednich kampanii: „Wymyśl Nowy Smak” i „Pucharze Smaków”, konsekwentnie zdecydowaliśmy się na kolejną niestandardową akcję – zabawną i odważną. Poprzez takie działania budujemy wizerunek marki dla osób żyjących pełnią życia, lubiących dobrą zabawę i pełnych optymizmu – dodaje Anna Bielecka-Bochenko.

„Marzenia Ziemniaka przed końcem świata” to kolejna tak nietypowa kampania Lay's.

W 2011r. marka zaangażowała konsumentów z całej Polski w wymyślenie nowego smaku chipsów, który na stałe wszedł do portfolio marki (kampania „Wymyśl Nowy Smak”); w drugim kwartale br. zorganizowano Puchar Smaków, w którym o miano najlepszego walczyły smaki z 4 europejskich krajów. Następnie przeprowadzono wspólną akcję promocyjną Lay's i Pepsi, której twarzą został bramkarz Wojciech Szczęsny, a do wygrania było aż 15 milionów nagród – to także unikalna w skali kraju tego typu akcja.

Najnowsza, szeroko zakrojona kampania „Marzenia Ziemniaka przed końcem świata” prowadzona była w telewizji (TVN, Polsat, TV4, TVN7 oraz stacje tematyczne z pakietu Polsatu, AtMedia i Discovery), Internecie

(najpopularniejsze polskie serwisy, m.in. Youtube, Nasza Klasa, Pudelek, Demotywatory, Kwejk) oraz w miejscu sprzedaży.

Za działania public relations odpowiada Multi Communications, za kreację i realizację spotów (30 i 10- sekundowych) BBDO, a za zakup mediów – OMD Media Direction. Kampania trwała od początku września do 11 listopada br.



newss.pl

Ziemniak w roli głównej, czyli kolejna niestandardowa kampania Lay's

PepsiCo