

Na początku lipca ruszyła kampania Eurosport zaplanowana przez internetowy dom mediowy ACR, realizacją projektu zajęła się agencja interaktywna EVO.

Celem kampanii jest budowanie bazy mailingowej, a docelowo regularna komunikacja z lojalnymi użytkownikami. Kampania w Internecie ma charakter konkursu polegającego na rekomendacji znajomym dedykowanej strony konkursowej i dzięki temu zebraniu jak największej ilości punktów.

Eurosport przygotował atrakcyjne nagrody, m.in. laptopy, odtwarzacze MP4. Zakończenie konkursu przewidziano na 31 lipca 2009. Kampania skierowana jest do wąskiej grupy celowej i promowana jest e-mailingami z portali Wirtualna Polska i O2.

Strona specjalnie dedykowana do konkursu jest dostępna pod adresem: <http://konkurs.eurosport.pl/> .

K2