

Od początku stycznia prowadzona jest kampania komunikacyjna dla marki Pampers mająca na celu poinformowanie mam o pojawieniu się nowej platformy Świat Pampers www.pampers.pl jak i promowanie tej strony jako nowej jakości wśród portali parentingowych.

Agencja zaadaptowała komunikację klienta i zrealizowała kreacje odwołujące się do wielkiej społeczności Pampers: matek dzieci 0-2 oraz kobiet dopiero oczekujących dziecka. Zadawane w kampanii pytania np. „Czy dziecko potrafi rozpoznać tatę po głosie” oraz problemy związane z ciążowymi dolegliwościami i problemami wychowawczymi znajdują swoje rozwiązanie na stronie Świata Pampers, a dzięki zgromadzeniu przez **Pampers** wielotysięcznej społeczności, każdy rodzic może skonfrontować swoją wiedzę i doświadczenia z innymi.

Kampania ta została zrealizowana w oparciu o kompleksowe działania promocyjne: spot video i reklamy w prasie parentingowej (**Saatchi &Saatchi Communications**), kreację materiałów POS, projekty advertoriali i naklejek samochodowych (Saatchi & Saatchi Direct), wreszcie działania w Internecie (Saatchi &Saatchi Digital).

Oprócz bannerów w kampanii online wykorzystywany jest także zaadaptowany przez Saatchi & Saatchi Communications spot video w 3 wersjach, który emitowany jest tylko w Internecie.

Pierwszy raz **Pampers** uczynił Internet wiodącym kanałem komunikacji w kampanii, a promocji platformy internetowej podporządkował pod względem kreatywnym i komunikacyjnym działania reklamowe w innych mediach. Za działania w Internecie odpowiedzialna jest Saatchi & Saatchi Digital (agencja interaktywna z grupy Saatchi & Saatchi).

Start projektu – styczeń 2010

Account Team: Sebastian Umiński – Saatchi & Saatchi Digital; Katarzyna Prażnowska, Anna Giza – Saatchi & Saatchi Communications

Dyrektorzy Kreatywni: Blanka Lipińska, Max Olech

Producent: Magdalena Barszcz, Grzegorz Keller

Planowanie i zakup mediów: Mediacom

Marketing & Communications Consultants