

Wystartowała nowa wersja gry reklamowej Zabij kleszcza 2. Gra stworzona przez AdAction jest podstawą działań promocyjnych realizowanych przez dom mediowy Media Contacts dla marki Frontline. Kampania jest wsparta działaniami na Facebooku, Naszej Klasie, Gazeta.pl i reklamą na serwisach tematycznych.

Projekt jest kontynuacją ubiegłorocznej współpracy z firmą **Vet-Trade Polska Sp. z o.o.** Jego celem jest promocja preparatu **Frontline**, pomagającego w ochronie zwierząt przed ektopasożytami. Podstawą akcji jest konkurs polegający na zdobyciu najlepszego wyniku w grze flash, w której zadaniem gracza jest zniszczenie jak największej liczby insektów.

Gra jest zintegrowana z portalem Facebook. Fanpage *Zabij kleszcza* skierowany jest do właścicieli zwierząt domowych. W profilu prowadzone są konkursy zachęcające użytkowników do dodawania zdjęć swoich pupili, komentarzy, dzielenia się opiniami na temat gry oraz doświadczeniami dotyczącymi chronienia zwierząt przed kleszczami i innymi pasożytami.

„Zdecydowaliśmy się na kontynuację współpracy z AdAction i ponowne wykorzystanie advergates, jako głównego motywu kampanii dla Klienta, ponieważ byliśmy bardzo zadowoleni z wyników ubiegłorocznej kampanii. W zeszłym roku udało nam się zdobyć ponad 100 000 adresów e-mail osób, które zagrały w grę i zapisały swój wynik. Tym razem rozbudowaliśmy mechanizmy gry o elementy społecznościowe i osadziliśmy grę także na portalu Facebook. Już teraz widzimy pozytywne efekty tych działań. Grupa fanów strony codziennie się powiększa i są to osoby aktywne, włączające się w akcję i chętnie dzielące się z nami swoimi opiniami.” wyjaśnia Karol Karpiński, senior media planner, Media Contacts

Cała akcja będzie trwać do 14 czerwca. Działania konkursowe wsparte są kampanią w Internecie. AdAction odpowiada za opracowanie gry reklamowej oraz kreację i obsługę profilu na Facebooku. Zakupem mediów zajmuje się dom mediowy Media Contacts.

Grupa ZPR