

Na portalu Filmweb.pl ruszyła nowa kampania Coca-Coli. W ramach akcji dzięki kodom z nakrętek z jednolitrowych butelek Coca-Coli można oglądać hity filmowe ze specjalnie stworzonej kolekcji na portalu VOD Iplex.pl.

Akcja reklamowa Coca-Coli na Filmwebie została zaplanowana na 2,5 miesiąca i jest częścią kampanii internetowej promującej oglądanie filmów VOD z sekcji Coca-Coli na Iplex.pl. Żeby to zrobić, należy wymienić kod na stronie Zapunktowani.pl, bądź też wysłać kod spod nakrętki SMSem.

Kampania na Filmwebie uwzględnia formy odsłowne, jak również stałe, na stronach konkretnych tytułów filmowych. Co tydzień na stronach Filmwebu będą prezentowane inne filmy ze specjalnej kolekcji Coca-Coli.

W ramach współpracy z serwisem Iplex.pl, Coca-Cola rozpoczyna nową promocję, dzięki której konsumenci, którzy zakupią napoje Coca-Cola, Coca-Cola Zero, Coca-Cola Light, Fanta i Sprite w litrowych opakowaniach, będą mogli oglądać filmy w formie wideo na żądanie w serwisie Iplex.pl. Kody spod nakrętek promocyjnych napojów będzie można wymienić m.in. na takie hity, jak nagrodzony tegorocznym Oscarem „The Hurt Locker-W pułapce wojny” czy nominowany do Złotej Palmy na Festiwalu Filmowym w Cannes „Broken Flowers”.

Filmy za pośrednictwem serwisu Iplex.pl można oglądać bez konieczności instalowania dodatkowego oprogramowania. Aby cieszyć się filmami na żądanie, wystarczy szerokopasmowy dostęp do Internetu i przeglądarka internetowa.

Promocja potrwa od 15. lipca do 30. września 2010 roku.

Kampanię zaplanował dom mediowy Starcom. Formaty internetowe przygotowała agencja K2, a za kreację odpowiada agencja McCann Ericsson.

Filmweb to największy w Polsce i drugi w Europie portal filmowy, a jego zasięg stale rośnie. W maju tego roku Filmweb przeszedł transformację, dzięki której zwiększył liczbę zalogowanych użytkowników i zyskał bardziej społecznościowy charakter.

Filmweb