

IDMnet zrealizował dla Unilevera kampanię wizerunkową marki Rexona. W kampanii, prowadzonej w serwisie plotkarskim Vipnews.pl, wykorzystano niestandardową formę promocji - plotkę sponsorowaną.

Przez dwa tygodnie w serwisie Vipnews.pl pojawiały się plotki sponsorowane w formie artykułów informujących o tym, że znana aktorka - Małgorzata Socha - zatrudniła osobistego ochroniarza. Jak każda plotka, tak i ta, wywołała żywiołowe reakcje użytkowników, którzy zamieszczali pod artykułami swoje komentarze dotyczące wydarzenia. Kampania zakończyła się ujawnieniem, że osobistym ochroniarzem aktorki jest Rexona Aurora – jej „beautyguard”. Akcja została wsparta kampanią odsłonową w sieci 4clover (pakiet 4_beauty), realizowaną po ujawnieniu, kto jest ochroniarzem aktorki, pod hasłem „Każda kobieta powinna zatrudnić takiego osobistego ochroniarza”. Kampania została zrealizowana na zlecenie domu mediowego PHD Media Direction.

„Kampania, którą zrealizowaliśmy dla Rexony, to świetny przykład wykorzystania niestandardowych rozwiązań, jakie oferują klientom serwisy plotkarskie. Użytkownicy tych witryn są aktywni, chętnie angażują się we wszelkiego rodzaju konkursy czy dyskusje, są też świetnymi liderami opinii. Niestandardowe promocje, realizowane w serwisach plotkarskich, pozwalają na głęboką interakcję z odbiorcami. Dlatego stale rozszerzamy grono witryn o tym profilu współpracujących z 4clover i opracowaliśmy specjalny pakiet 4_star, pozwalający na jeszcze efektywniejsze wykorzystanie ich reklamowego potencjału” – wyjaśnia Joanna Głuskowska, Account Manager IDMnet.

Grupa ZPR