



Wideo-billboard, nieszablonowe animacje, zachęcające do interakcji z obrazem czy ruchome elementy to zupełnie nowa i nieznana w Polsce inicjatywa. Prekursorki projekt Hoop Coli ruszył na początku tego tygodnia w samym centrum stolicy.

Okno na Hooptymistyczny Świat to niestandardowy i niespotykany u nas wcześniej sposób komunikacji z grupą docelową marki, której core target stanowią osoby w wieku 15-35 lat z dużych i średnich miast.

Na placu przy Metrze Świętokrzyska zainstalowany został specjalny wideo-billboard pokazujący obraz z ulicy w czasie rzeczywistym. Dodatkowo projekcja wzbogacona została kolorowymi i zaskakującymi animacjami, które dostosowują się do zachowania i ruchu osób, znajdujących się w polu widzenia kamery. Warszawiacy mogą wejść w interakcję z niecodziennym nośnikiem Hooptymizmu. Wystarczy również, że wyślą SMS-a pod specjalny numer, a będą mogli zobaczyć krótki filmik ze sobą w roli głównej na stronie www.hoopcola.pl, przesłać go znajomym lub zamieścić na portalu społecznościowym Facebook, Twitter, Śledzik, Blip, You Tube czy Nasza Klasa.

Celem strategicznym akcji jest budowanie świadomości marki Hoop Cola w oparciu o esencję marki „Otwórz się na innych”. - Okno na Hooptymistyczny Świat to kontynuacja wcześniejszych akcji, takich jak „Dzień Przytulania” czy „OOkulary Otwartości”. Podobnie jak poprzednie działania, nowy projekt realizowany przez Hoop Cola jest wierny naszej wizji rozwoju marki oraz jej głównym wartościom. Poprzez realizowane inicjatywy chcemy propagować otwartość i optymizm wśród Polaków – mówi Patrycja Giurko, Group Brand Manager Hoop Polska.

Akcja została zorganizowana z myślą o bezpośredniej interakcji z konsumentami. Pomysł na realizację projektu powstał dzięki konkursowi „Wielkie OOtwarcie Czego Chcesz”, który zakończył się 31 maja na www.hoopcola.pl. Jako nagrodę w konkursie, Hoop Polska obiecała zwycięzcy zrealizować najbardziej odkręcone otwarcie. Spośród tysięcy zgłoszeń zostało wybrane jedno hasło, które najbardziej wpasowało się w filozofię marki - sama zwyciężczyni ujęła je tak: „Chciałbym otworzyć okno na Hooptymistyczny Świat”. Tak więc Okno na Hooptymistyczny Świat stało się hasłem projektu realizowanego przez Hoop Colę. Niestety pomysłodawczyni, jedna z polskich internetek, do tej pory pozostaje anonimowa. Firma Hoop Polska dokłada wszelkich starań, by odnaleźć osobę kryjącą się za nickiem KarOlina4a, której pomysł stał się inspiracją do stworzenia projektu.

Okno na Hooptymistyczny Świat to projekt skierowany do młodych, otwartych i pozytywnie nastawionych do świata ludzi. Pomysł na interaktywny wideo-billboard powstał w agencji Hypermedia (Isobar Polska), która zajęła się się również jego wykonaniem i wdrożeniem. Za komunikację i działania PR odpowiedzialna jest agencja Ciszewski Public Relations. Akcja potrwa do 14 października.

Już w najbliższą środę, 6 października, od godziny 14 do 17 pod OOknem odbędzie się Hooptymistyczny występ artystów z wytwórni muzycznej Wielkie Joł. Na gramofonach zagra DJ Macu, beatbox zapewni Pejot, a za freestyle odpowiedzialny będzie Wujek Samo Zło i Krusz. Dodatkowo Hip-Hop Akademia i jej tancerze zadbają o spontaniczny i pełen luzu pokaz taneczny. Każdy z przechodniów będzie mógł spróbować swoich sił w freestyle i hip-hopie, jednocześnie widząc siebie na billboardzie.



newss.pl

Okno na Hooptymistyczny Świat - innowacyjny projekt marki Hoop Cola

HOOP Polska

[Więcej informacji](#) [Hoop Polska \(PRESS BOX\)](#)