



Rusza nowa promocja konsumencka napojów Jupik. Potrwa od 19 września do 13 listopada 2011.

Na stronie Jupik City ruszyła 5-poziomowa gra zręcznościowa „Jupik Team i Świątynia Majów”, będąca częścią promocji konsumenckiej, polegająca na zbieraniu i wprowadzaniu kodów z opakowań Jupików, na www.jupikcity.com. By zdobyć nagrody, trzeba w konkursowej części gry wprowadzić unikalny kod i przebiec jak najdłuższy dystans w jednym z czterech konkursowych poziomów.

Przygoda z Jupikiem i jego drużyną rozpocznie się w Muzeum, na stronie www.jupikcity.com. Każdy poziom gry to inna część świątyni Majów i inna postać Jupik Teamu oraz inny stopień trudności. Każdy z poziomów będzie grany w ramach konkursu przez dwa tygodnie. Po zakończeniu okresu konkursowego, poziomy będą udostępniane do wolnej gry, podczas której nadal będzie można zdobywać punkty i odblokowywać dodatkowy контент. Po zakończeniu konkursowej części gry, dla najbardziej wytrwałych graczy zostanie udostępniony piąty, bonusowy poziom gry.

Nagrodami w konkursie, które będą przyznane stu najlepszym graczom w cyklach dwutygodniowych, są: dla najlepszego gracza - konsola PS3 z kontrolerem MOVE, dla pozostałych graczy w rankingu - dziewięć klawiatur oraz 90 USB z postaciami Jupik Team. Dodatkowo, każdy kto wprowadzi przynajmniej jeden kod promocyjny, otrzyma jedną z czterech, nawiązujących graficznie do poziomów gry, tapet na komputer.

Promocja jest wsparta kampanią w kinie i w Internecie. Kampania internetowa rozpoczyna się od 19 września i będzie trwała do 13 listopada. Obejmuje testową wersję gry „Jupik Team i Świątynia Majów” na serwisie gry.pl, mailingi i emisje formatów kontekstowych w dziecięcych serwisach o grach z pakietu ARBO Kids oraz reklama kontekstowa w Google. Kampania kinowa startuje od 23 września i potrwa do 10 października 2011 w sieci kin Cinema City i obejmuje nowy spot Jupika, komunikujący nowe przygody oraz promocję konsumencką. Kampania będzie obecna przy filmach familijnych.

Za kreację spotu do kampanii odpowiada Ogilvy & Mather Praha.

Grę, główny nośnik promocji „Jupik Team i Świątynia Majów” oraz formaty reklamowe do Internetu, przygotowała agencja Hypermedia Isobar, za zakup mediów odpowiada MPG, a organizatorem promocji jest Albedo Marketing.



newss.pl

Powakacyjne przygody Jupika

HOOP Polska

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