

Z początkiem września ruszyła ogólnopolska kampania wsparcia sprzedaży marki Johnnie Walker – „Dołącz do wybranych”. Za jej realizację odpowiada agencja marketingu zintegrowanego NAIROBIA. Po raz pierwszy w Polsce w planowaniu kampanii wykorzystano fakt wieloletniej współpracy marki Johnnie Walker z zespołem Formuły 1.

Agencja NAIROBIA stworzyła strategię wsparcia sprzedaży whisky Johnnie Walker w wariantach Red Label i Black Label, z wykorzystaniem globalnych materiałów firmy Diageo - zaadaptowanych na potrzeby polskiego rynku. W ramach projektu opracowała również koncepcję konkursu konsumenckiego, w którym nagrodą główną jest wyjazd na wyścig Formuły 1 do Monako dla dwóch osób. Na uczestników czeka także 10 zegarków Hugo Boss z limitowanej serii Motorsports, 100 modeli bolidów zespołu Vodafone McLaren Mercedes (VMM) oraz – specjalnie dla klientów Tesco – 100 bluz sygnowanych przez VMM.

Agencji powierzono także zaprojektowanie i produkcję materiałów POS nawiązujących do świata F1, który reprezentują kierowcy - Jenson Button i Lewis Hamilton. Wśród materiałów promocyjnych znajdują się m.in. ekspozycje w formie standów imitujących bolid F1, plakaty w różnych formatach, zawieszki na butelki (Modern Trade) oraz ulotki i wobblery (Traditional Trade).

Aby wziąć udział w konkursie należy w okresie od 1 września do 31 października zakupić przynajmniej jedną butelkę whisky Johnnie Walker i telefonicznie lub SMS-owo uzasadnić dlaczego zgłaszająca się osoba powinna być tą, która wyjedzie do Monako.

Więcej informacji nt. Agencji NAIROBIA oraz realizowanych przez nią projektów można znaleźć na: www.nairobi.pl.

NAIROBIA