



KOMUNIKACJA
BRANDING WIZUALNA

DZIAŁANIA
INTERAKTYWNE

MARKETING
ALTERNATYWNY

*miss
trendy*

Case Study dla marki Miss Trendy (Konkurs „Nagrody za stylizacje”)

Rzeszów 2011

1 KLIENT/PROFIL

Ogólnopolska sieć sklepów z odzieżą damską „Miss Trendy” (rys. 1). Klient organizuje konkurs dla fanów swojego profilu na platformie Facebook.



Rys. 1. Strona powitalna Miss Trendy na Facebook'u

2 CELE KAMPANII

Przed rozpoczęciem działań dokładnie przeanalizowano potrzeby Klienta i ustalono z nim zadania do wykonania. Wyznaczono następujące cele do osiągnięcia:

- Kompleksowa organizacja konkursu:
 - ✓ Wymyślenie mechanizmów oraz idei konkursu,
 - ✓ Utworzenie aplikacji konkursowej,

- ✓ Utworzenie grafik potrzebnych do uruchomienia aplikacji konkursowej,
- ✓ Opracowanie zasad konkursu oraz kompletnego Regulaminu Konkursu (pod nadzorem Prawnika),
- ✓ Nadzór nad przebiegiem konkursu,
- Przyciągnięcie min. 1000 nowych fanów do Fan Page'a Miss Trendy,
- Promocja marki Klienta (budowanie wizerunku, wzrost świadomości marki wśród internautów),
- Pozyskanie bazy maili osób zainteresowanych ofertą Klienta.

3 PODJĘTE DZIAŁANIA

W ramach realizacji założonych celów, podjęto następujące działania:

- **Wymyślenie mechanizmów oraz idei konkursu** – Spośród 5 propozycji konkursowych wybrano i zrealizowano konkurs polegający na codziennym odgadywaniu prawidłowej stylizacji. (dostępne były 4 kategorie, w każdej z nich znajdowały się 4 ubrania do wyboru).

Odwiedzający Fan Page, chcąc wziąć udział w konkursie musiał polubić stronę fanowską Miss Trendy. Klikając w przycisk „Wybierz stylizację”(rys. 2),(w zakładce „Nagrody za stylizacje”), użytkownik widział okno wyboru ubrań (rys. 3) – nastąpiło naturalne zapoznanie użytkownika z asortymentem Klienta.



Rysunek 2 Aplikacja "Nagrody za stylizacje"



Rysunek 3 Strona wyboru stylizacji

Użytkownik zaznaczał po jednym ubraniu z każdej kategorii i klikał w przycisk „wybieram”, aby zatwierdzić swoją propozycję stylizacji. Po wybraniu stylizacji pojawiało się okienko z komunikatem zachęcającym do zapraszania znajomych. Uczestnik, który wysłał 5 zaproszeń do konkursu, otrzymywał kolejną szansę na wybór stylizacji (przy 10 – 2 szanse, 15-3, itd.). Dodatkowo aplikacja automatycznie umieszczała wpis na **tablicy uczestnika**, mówiący o tym, że wziął on udział w konkursie (element wirusowy).

Osoba, która okazała się najszybszym i najlepiej typującym graczem, wygrywała jedną z nagród dostępnych w zakładce „Katalog nagród”. Każdy komu szczęście danego dnia nie dopisało, mógł spróbować ponownie dnia następnego.

Konkurs wzbudził zainteresowanie fanów (rys. 4), którzy biorąc w nim udział automatycznie zapoznawali się z asortymentem marki „Miss Trendy”.



Rysunek 1 Komentarze fanów na temat produktów pokazanych w konkursie

- **Utworzenie atrakcyjnych grafik do aplikacji konkursowej,**
- **Utworzenie kompletnej aplikacji konkursowej,**

- **Opracowanie zasad konkursu oraz kompletnego Regulaminu Konkursu (pod nadzorem Prawnika)**, - Chcąc zabezpieczyć Klienta oraz Uczestników opracowano Zasady i Regulamin Konkursu, które umieszczono na Fan Page'u Klienta.
- **Nadzór nad przebiegiem konkursu** – W trakcie trwania konkursu dbano, by w kategoriach ubrań wybieranych do stylizacji, codziennie był inny zestaw. Zajmowano się również codzienną komunikacją z konkursowiczami, wyłanianiem zwycięzców oraz ustalaniem wygrywającej stylizacji na dzień kolejny.
- **Mailing do użytkowników portalu slubowisko.pl (11000 maili)**
- **Baner konkursowy zamieszczony w portalu slubowisko.pl (120 000 wyświetleń banera)**
- **Marketing szeptany na popularnych forach, gdzie przebywa grupa docelowa**
- **Artykuł zamieszczony w portalu slubowisko.pl**
- **Reklama za pośrednictwem partnera serwisu slubowisko.pl**

4 EFEKTY KAMPANII

Po zakończeniu działań przedstawiono Klientowi szczegółowy raport wyników. Do najważniejszych efektów kampanii należy zaliczyć:

- **2 236 fanów,**
- **1 800 nowych fanów,**
- **Ponad 4000 aktywnych użytkowników,**
- **Ponad 1 400 zdobytych adresów mailowych,**
- **Ponad 500 zaproszeń rozsyłanych w ciągu jednego dnia przez najaktywniejszych użytkowników,**
- **26 839 wyświetleń zakładki „Nagrody za stylizacje”,**
- **8 792 wyświetlenia zakładki „Tablica”,**
- **84% wszystkich fanów stanowią kobiety w wieku 18-34,**
- **315 718 wyświetleń postów na tablicy,**
- **1 362 opinii do postów.**

5 KONTAKT

Marcin Zaborowski
Dyrektor Marketingu
Alternatywnego

tel. 783 55 00 16

e-mail: m.zaborowski@feb.net.pl

Fabryka e-biznesu Sp. z o.o., ul. Słowackiego 24, 35-060 Rzeszów
tel/fax: (17) 852 92 46, e-mail: biuro@feb.net.pl, [www: feb.net.pl](http://www.feb.net.pl)

KRS 0000313751, Sąd Rejonowy w Rzeszowie, XII Wydział Gospodarczy KRS
NIP 813-35-63-947, REGON 180361630