



Online video igra  
„Keks na keks“ – promocija  
novog pakovanja Kolo keksa

Inovativna upotreba novih tehnologija



# Sadržaj

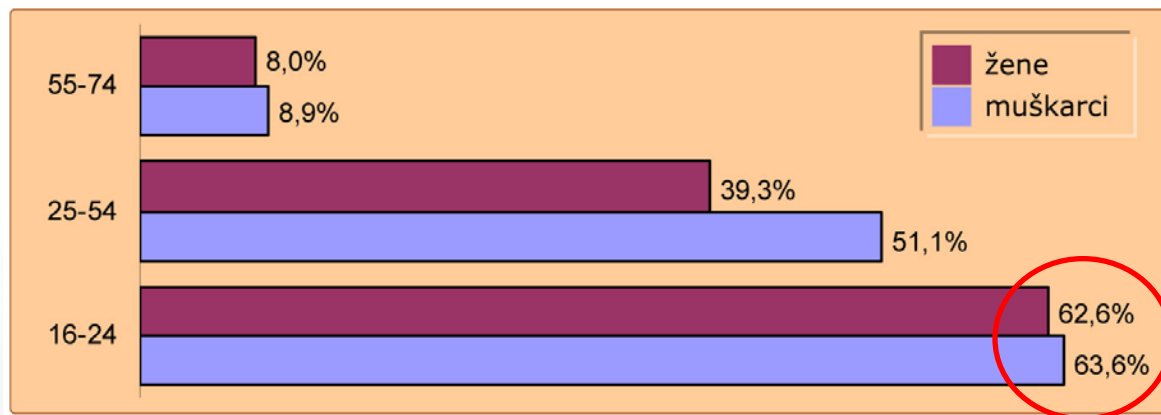
- Kratak opis projekta
- Analiza situacije
- Komunikacioni ciljevi
- Ciljne javnosti
- Strateški pristup
- Taktika i tehnika izvođenja
- Ostvareni rezultati
- Kreativnost i inovativnost





# Kratak opis projekta

- U trenutku lansiranja novog pakovanja sa šest komada Kolo keksa kompanije Bambi-Banat zaključeno je da su budući kupci i konzumenti u značajnom procentu aktivni korisnici interneta pa je doneta odluka da im se pristupi atraktivnom E-PR kampanjom.



*Mlađe osobe koriste internet u procentu većem od 60%*

- Do ovog zaključka se došlo jer osobe između 16 i 24 godine koriste internet u procentu većem od 60% (RZZS, septembar 2009.) a oni spadaju među glavne korisnike ovog proizvoda.



# Kratak opis projekta (nast.)

- Interno istraživanje sprovedeno principom anketiranja pokazalo je da igranje online video igara zauzima visoko treće mesto internet aktivnosti u toj ciljnoj grupi. Ispred su boravak na društvenim mrežama i preuzimanja digitalnih sadržaja.
- Zato je odlučeno da glavni komunikacioni alat kampanje bude online video igra čiji je Kolo keks junak, a njegovo pakovanje u kesice od šest komada zadatak.

*Primeri oline video igara*



McCANN ERICKSON Public Relations



A Weber Shandwick Affiliate Company

WEBER SHANDWICK



# Analiza situacije

- Tokom 2009. godine došlo je do porasta obima potrošnje u oblasti slatkih biskvita, a posebno u segmentu njihovih malih pakovanja pogodnih za nošenje u školu, konzumaciju uz sportske aktivnosti ili prikom druženja sa prijateljima
- Kompanija Bambi-Banat želela je da komunicira činjenicu da se dobro poznati proizvod keks Kolo može od novembra 2009. naći u pakovanju prilagođenom aktivnom životnom stilu mlađe populacije
- Agencija je, posle sprovedenih analiza i koncipiranja kampanje, predložila nov i u domaćoj PR praksi nekorišćen pristup ciljnoj grupi





# Komunikacioni ciljevi

- **Informisanje ciljne grupe** o novom pakovanju Kolo kekša kroz aktivno učešće u promociji
- **Stvaranje emocionalne veze** između poznate robne marke i momenata aktivnog odmora
- **Kreiranje "word of mouth efekta"** među korisnicima interneta kroz mogućnost uključivanja igre u najbitnije društvene mreže





# Ciljne javnosti

- Ciljna grupa kampanje bile su **mlađe osobe** (15-35 godina), **koje dosta koriste internet**, a imaju aktivan životni stil i u potrazi su za zabavom.
- Posebna pažnja posvećena je osobama iz ciljne grupe **koje rado šire informacije o novim zanimljivim veb projektima** na servisima Facebook i Twitter pa su u PR alat ugrađene funkcionalnosti koje to lako omogućavaju.





# Strateški pristup

Sprovedenim analizama je zaključeno da budući kupci Kolo keksa u novom pakovanju u velikom procentu koriste internet, mahom za zabavu, pa je odlučeno da se ovaj potencijal, uz odgovarajuće kreativno i tehničko rešenje, maksimalno iskoristi.

To je učinjeno kroz osmišljavanje nove PR alatke koja je omogućila da sami pripadnici ciljne grupe budu aktivno uključeni u promociju i da pojedini od njih, koji to žele, i sami šire informaciju o njoj.



# Taktika i tehnika izvođenja

**I faza / od 1. decembra 2009. do 21. januara 2010. godine**

- **Pripremna faza** kampanje podrazumevala je dve vrste aktivnosti.
- Tokom **faze koncipiranja** izvršena je analiza komunikacionih potreba klijenta, osmišljene poruke, definisane ciljne grupe, prepoznata veb lokacija koju posećuju u velikom broju i određeni alati koji će se koristiti.
- U **fazi podrške realizaciji** detaljno je razrađen scenario online video igre kao i potrebni detalji kao što je način bodovanja, broj nivoa, njihove težine, itd.





# Taktika i tehnika izvođenja (nast.)

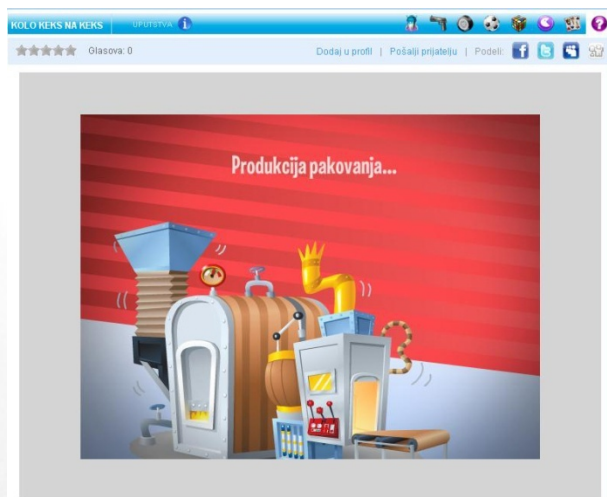
- Igra se dešava u **atraktivno animiranom pogonu**.
- Na dve transportne trake kreću se polovine keksa a **zadatak igrača je da ih prilepi jednu uz drugu**.
- Ako promaši dobija negativan poen, a pogodak, uz pozitivan poen, kreira Kolo keks **koji se smešta u mašinu za pakovanje**.





# Taktika i tehnika izvođenja (nast.)

- Ukoliko igrač uspe da sakupi šest komada keksa u mašini scena se fokusira na nju i ona, posle vesele animacije, izbací **ново pakovanje** a igrač prelazi na novi nivo.

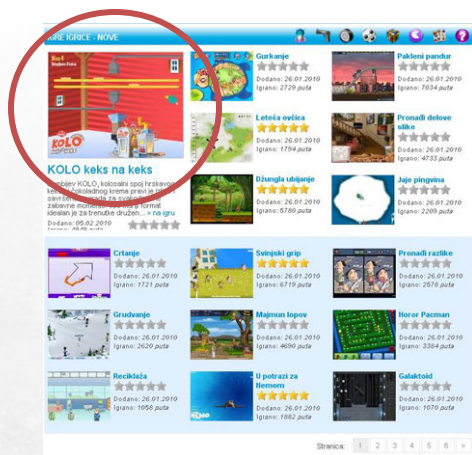




# Taktika i tehnika izvodenja (nast.)

## II faza / od 21. januara do 21. februara 2010. godine

- U **nagradnoj fazi**, koja je trajala mesec dana, igra "Keks na keks" je postavljena na sajt [www.igre-igrice.rs](http://www.igre-igrice.rs) i istaknuta na naslovnoj strani.
- Više od **250.000 posetilaca sajta u ovom periodu** obavesteno je da će pet igrača koji u prvih mesec dana postignu najbolje rezultate biti nagrađeni.



Sajt Igre-igrice sa istaknutom igrom "Keks na keks"



Informacija o igri i nagradi za najboljih pet igrača u prvih mesec dana



# Taktika i tehnika izvođenja (nast.)

- Posetioци više od 250 najposećenijih domaćih sajtova obavješteni su tokom ovog perioda o igri i nagradama za najbolje igrače korišćenjem sistema za kontekstualno oglašavanje [www.etablet.rs](http://www.etablet.rs).
- Ova vrsta tekstualnih oglasa zasniva se na pravilnom odabiru ključnih reči i plasiranju kvalitetnih poruka, pa se može posmatrati kao specifičan PR alat.
- Poseban tip promocije vršili su pripadnici online zajednice koji su igru uključivali u svoje profile na društvenim mrežama.

*Informacija i link na igru u Facebook profilu*

*Komentari Facebook prijatelja vlasnika profila*





# Taktika i tehnika izvođenja, (nast.)

## III faza / posle 21. februara 2010. godine

- Posle završetka glavne faze komunikacije kampanja se nastavlja jer je **igra ostala aktivna** na adresi [www.igre-igrice.rs/igra/kolo-keks-na-keks/319](http://www.igre-igrice.rs/igra/kolo-keks-na-keks/319)

igre Deđji kutak Igrači: Lozinka: Login Registracija Zaboravljena lozinka?

**igre-igrice**  
Život je samo igra!

**TRAČARA**

KOLO KEKS NA KEKS UPUTSTVA

★★★★★ Glasova: 1 Dodaj u profil | Pošalji prijatelju | Podeli: f t

**KOLO KEKS NA KEKS**

U prvih mesec dana najbolje rezultate postigli su:

4819	MILAN VARTALJ
2298	DANKA MOMČILOVIĆ
2172	JOVANA ĐORĐEVIĆ
2020	MILANA STOJADINOV
2015	MIKI PANJKOVIĆ

Još jedan radni dan u fabrici keksa. Tvoj zadatak je da sklapaš Kolo keksiće i pakuješ ih u pakovanja od po šest. Pokretna traka je sve brža iz nivoa u nivo, a tu je i ptičica koja voli da ključne Kolo keksić. Budi brz i precizan!

**POČNI**

mojefotke.rs

..jer svaka fotka ima svoju priču!



# Ostvareni rezultati

- Kvantifikovani rezultati kampanje:
  - Tokom mesec dana, koliko je igra bila vidno istaknuta na naslovnoj strani sajta, videlo ju je preko **250.000 njegovih posetilaca** koji su mahom **u dobi od 13 do 35 godina**
  - Tokom prvih mesec dana igra „Keks na keks“ je **odigrana preko 35.000 puta**, a svoj rezultat su **zabeležila 1.253 igrača**

- Najbolji od njih je osvojio **4.619 poena** što znači da je „spakovao“ porednički broj od **765 kesica Kolo keksa**

*Ponuda igraču da zabeleži svoje bodove koje je osvojio u igri i tako učestvuje u borbi za nagrade*





# Kreativnost i inovativnost

- Kreativno korišćenje potencijala interneta, istraživanje navika njegovih korisnika i dobro poznavanje domaćih veb lokacija ključ su uspeha ove kampanje
- Ciljnoj grupi je poruka komunicirana na inovativan i zabavan način, na odgovarajućoj veb lokaciji
- Ciljna grupa je aktivno uključena u sam mehanizam komunikacije, podstaknuta u početku kampanje nagradnom aktivacijom, i data joj je mogućnost da informaciju podeli sa prijateljima
- Sve ovo je dovelo do ostvarivanja predviđenih rezultata kampanje



# Hvala na pažnji!