

Studiu de caz - BTL Zapp

VITRINA
ADVERTISING



Client: Zapp

Produs: Zapp Unic

Campanie: „Vrei să te căsătorești cu mine?”

Context: Zapp își promovează abonamentul Zapp Unic printr-o campanie ATL. În același timp, brandul Zapp se afla în plin proces de upgradare din punct de vedere al percepției publice.

Soluție: promovarea Zapp Unic, dar și întărirea imaginii Zapp prin acțiuni de BTL&PR.

Practic, spotul tv (cu un tânăr care cere în căsătorie toate femeile tinere dintr-un bar, oferindu-le un inel) a fost “adus în stradă” prin proiectul “Vrei să te căsătorești cu mine?” Acțiunea s-a adresat atât ziariștilor, cât și publicului larg și s-a desfășurat în următoarele orașe: București, Timișoara, Constanța, Cluj, Brașov și Iași.

Ideea creativă: o dată cu lansarea acestui produs, Zapp se declară susținătorul instituției căsătoriei. Implementarea acestei idei s-a realizat prin mai multe acțiuni:

Vitrinele reprezentanțelor Zapp au fost decorate cu manechine îmbrăcate în rochii de mireasă, alături de care au fost afișate informații legate de oferta Zapp Unic.



În cele mai importante intersecții din orașele în care s-a derulat proiectul, timp de 4 ore pe zi, promoterițe îmbrăcate în rochii de mireasă au împărțit flyere, conținând detalii despre oferta Zapp Unic.

Aceleași “mirese” au mers la redacțiile celor mai importante publicații din fiecare oraș și au înmânat comunicatele de presa prin care se anunța o promoție unică - 1000 de abonamente gratuite pentru cuplurile care urmau să se căsătorească în perioada promoției.

În week-end, “miresele” Zapp au fost prezente la oficiile de stare civilă din București și din țară și au oferit tinerilor căsătoriți câte un voucher cu oferta Zapp Unic, transmitând totodată mesajul

acestei acțiuni: “Zapp încurajează comunicarea în cuplu!” Campania organizată de Vitrina și-a atins obiectivul de notorietate în rândul clienților și potențialilor clienți, al jurnaliștilor și al bloggerilor.

