

Rexona, konkurs i grywalizacja, czyli nowa akcja specjalna na stronach Wirtualnej Polski

Warszawa, 5 czerwca 2014 r.

Na stronach Wirtualnej Polski rozpoczęła się kampania promocyjna antyperspirantów dla mężczyzn marki Rexona. Akcja, którą przygotował Departament Akcji Specjalnych Grupy Wirtualna Polska, realizowana jest w stworzonym na jej potrzeby serwisie mozeszwiecej.wp.pl. Jej hasłem przewodnim jest „Rexona MOŻESZ:WIĘCEJ”.

Akcja jest skierowana do fanów piłki nożnej. Jej głównym elementem jest wielopłaszczyznowy konkurs, który składa się z czterech etapów. W jego trakcie na uczestników czekają różne zadania, takie jak: rozwiązywanie quizów, odgadywanie haseł czy odpowiadanie na pytania otwarte. Biorąc udział w zabawie, internauci zdobywają punkty, które są automatycznie wymieniane na wirtualne monety. Dzięki nim mają szansę skompletować drużynę jedenastu zawodników. Twórcy najlepszych zespołów otrzymają w finale bonusowe punkty. Dla zwycięzców przewidziano atrakcyjne nagrody – m.in. kamery GoPro, opaski dla aktywnych Jawbone Up, zegarki sportowe Casio oraz zestawy kosmetyków Rexona.

– *Planując akcję, staraliśmy się jak najlepiej oddać hasło „Rexona MOŻESZ:WIĘCEJ”. Na jej potrzeby stworzyliśmy też specjalną platformę konkursową, wykorzystującą elementy grywalizacji* – mówi **Leszek Sułek**, Kierownik Zespołu Realizacji Projektów Sprzedażowych w Grupie Wirtualna Polska.

Stronę konkursową oparto o Responsive Web Design. Dzięki czemu, wyświetla się prawidłowo zarówno na dużych monitorach, jak i na smartfonach.



Informacji udziela Zespół PR Wirtualnej Polski:

Magdalena Zmorzyńska

kom. 519 336 593

e-mail: mzmorzynska@wp-sa.pl

Katarzyna Halicka

kom. 502 707 138

e-mail: khalicka@wp-sa.pl

– Na potrzeby kampanii stworzyliśmy także aplikację mobilną, pozwalającą uczestnikom brać aktywny udział w konkursie, a co za tym idzie – gromadzić punkty w dowolnym czasie i miejscu – mówi **Eliza Leonkiewicz**, Specjalista ds. Reklamy Mobilnej. – *Dodatkową atrakcją dostępną w aplikacji jest gra zręcznościowa dla wszystkich fanów piłki nożnej* – wyjaśnia. Narzędzie można bezpłatnie pobrać ze strony konkursowej, a także marketów – App Store i Google Play.

Za kampanię, którą zakupił dom mediowy PHD Media Direction, odpowiedzialny jest Departament Akcji Specjalnych Grupy Wirtualna Polska.

Antyperspiranty dla mężczyzn marki Rexona, której właścicielem jest Unilever Polska Sp. z o.o., wykorzystują opatentowaną technologię MotionSense™. Pozwala ona na zamknięcie perfum w specjalnych mikrokapsułkach, które pękając pod wpływem ruchu, uwalniają nowe porcje świeżego zapachu, zawsze wtedy, gdy tego najbardziej potrzebujesz. Im więcej się ruszasz, tym bardziej Cię chroni

Departament Akcji Specjalnych WP.PL tworzy kompleksowe, niestandardowe rozwiązania reklamowe – od koncepcji przez pełną realizację pomysłu po raportowanie i podsumowanie efektów kampanii. W portfolio projektów DAS są m.in. multimedialne rozwiązania audio i wideo, konkursy specjalne, tematyczne serwisy dedykowane i produktowe, z pełną obsługą redakcyjną i treściami tworzonymi przez użytkowników, jak również formaty Rich Media.

Więcej:

mozeszwiecej.wp.pl