



## RTV EURO AGD: *Zostań bohaterem sklepu!*

---

### Cel:

Zażegnanie potencjalnego kryzysu komunikacyjnego pomiędzy sklepem internetowym euro.com.pl, a niezadowolonym klientem.

### Wyzwania:

Działania wymagało bardzo szybkiej i sprawnej reakcji ze strony agencji oraz dyrekcji sklepu. Wykonana kampania nie tylko miała pokazać pożądany wizerunek klienta, ale także wpłynąć na opinie publiczną i zażegnać potencjalny kryzys.

### Wynik:

21 000 – wyświetleń filmu na YouTube  
608 – „wykopów” na Wykop.pl

# ZAŁOŻENIA PROJEKTU

## Cele

- Zażegnanie kryzysu komunikacyjnego.
- Naprawienie „nadszarpniętego” wizerunku RTV Euro AGD.
- Nawiązanie bezpośredniej relacji z niezadowolonym internautą.

## Opis projektu

Jeden z klientów sklepu euro.com.pl znalazł na stronie sklepu błąd, który umożliwiał zamówienie tabletu i zakupienie go, bez konieczności płacenia za niego. Zgłosił ten błąd obsłudze sklepu. W zamian za swoją uczciwość otrzymał nagrodę w formie możliwości zakupu tabletu w promocyjnej cenie – niestety drożej niż cena widniejąca tego dnia w sklepie. Całą sprawę opisał na Wykop.pl, co wzbudziło dużą krytykę klienta wśród internautów. Naszym zadaniem było załagodzenie całego sporu i rozwiązanie sytuacji kryzysowej.

**RTV EURO AGD**  
euro.com.pl

 sklep  
zrozumiał swoją  
**GAFĘ**

# NOCNA PROMOCJA

WYŁĄCZNIE W SKLEPIE INTERNETOWYM

PROMOCJA TRWA TYLKO DO 9 RANO W PIĄTEK!

CZAS POZOSTAŁY DO ROZPOCZĘCIA PROMOCJI:

2 3

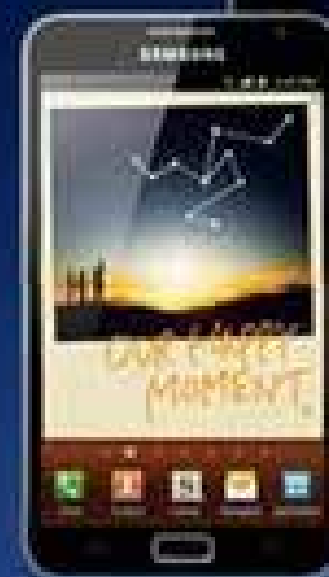
GODZIN

3 7

MINUT

2 9

SEKUND



## POMYSŁ I REALIZACJA

Podstawowa zasada komunikacji kryzysowej w przypadku popełnienia błędu mówi – „przyznaj się i przeproś”. Taką też strategię zastosowaliśmy dla naszego klienta. Przygotowany został specjalny film/animacja, która pokazywała, gdzie obsługa RTV Euro AGD popełniła błąd i w jaki sposób go naprawiła. Poszkodowany „bohater” sklepu, który zgłosił krytyczny błąd został wynagrodzony i zatrudniony w formie konsultanta. Dodatkowo uruchomiliśmy specjalną aplikację „Zostań bohaterem naszego sklepu”, gdzie każdy klient mógł zgłosić nieprawidłowości w działaniu euro.com.pl.



## EFEKTY DZIAŁAŃ

---

- Ponad 21 tysięcy wyświetleń filmu oraz 608 wykopów artykułu na Wykop.pl.
- 93% komentarzy w sieci na temat akcji było pozytywnych.
- Case został uznany przez branżę PR&marketing za przykład efektywnego radzenia sobie z kryzysem online i jest pokazywany jako case study.

