



TABLICA.PL : kampania Czar PRL-u

Cel:

Promocja nowych kategorii ogłoszeń w serwisie Tablica.pl (Grupa Allegro).

Wyzwania:

Stworzenie kreatywnego konceptu za zainteresowanie mediów oraz użytkowników Tablica.pl pojawieniem się nowych kategorii.

Wynik:

80 publikacji, obecność w programach śniadaniowych TVP 2 i DD TVN.

ZAŁOŻENIA PROJEKTU

Cele

- Poinformowanie użytkowników serwisu o nowych kategoriach.
- Przebicie się do mediów i zainteresowanie dziennikarzy.
- Zapewnienie „media coverage” dla informacji prasowej.

Opis projektu

Wprowadzenie nowych kategorii ogłoszeń drobnych w największym tego typu polskim serwisie -Tablica.pl (obecnie OXL.pl) była wydarzeniem ważnym dla twórców portalu, jednak nie koniecznie dla przedstawicieli mediów. Aby skutecznie zakomunikować zmiany potrzebny był kreatywny pomysł, który nada wiadomości charakteru i uczyni ją ciekawą.



TOWARZYSZE!

Nadejsza chwila na konkurs. Podejrzewamy (a mamy swoje źródła) że wielu z Was ukrywa przedmioty z czasów PRL-u.

Czas się ich pozbyć!



PAMIĘTAJ!

Zakład pracy
Twoim drugim
domem



**CZAR
PRLU**

POMYSŁ I REALIZACJA

W związku z tym stworzyliśmy w serwisie jedną dodatkową kategorię na wystawianie przedmiotów kojarzących nam się z czasami PRL. W ramach akcji, która przybrała nazwę „Czar PRL-u” stworzyliśmy także specjalny minisajt konkursowy oraz przeprowadziliśmy badanie z TNS OBOP – „Czy Polacy tęsknią za PRL-em?”, którego wyniki posłużyły nam do komunikacji z mediami i zapewniło obecność w większości dzienników i programach TV śniadaniowej.



EFEKTY DZIAŁAŃ

- Ponad 80 publikacji w najważniejszych mediach w kraju.
- Obecność w 2 programach telewizji śniadaniowej” DD TVN oraz Kawa czy Herbata (TVP2).
- Ekwiwalent reklamowy (AVE) tygodniowej akcji na poziomie 240 000 PLN.

