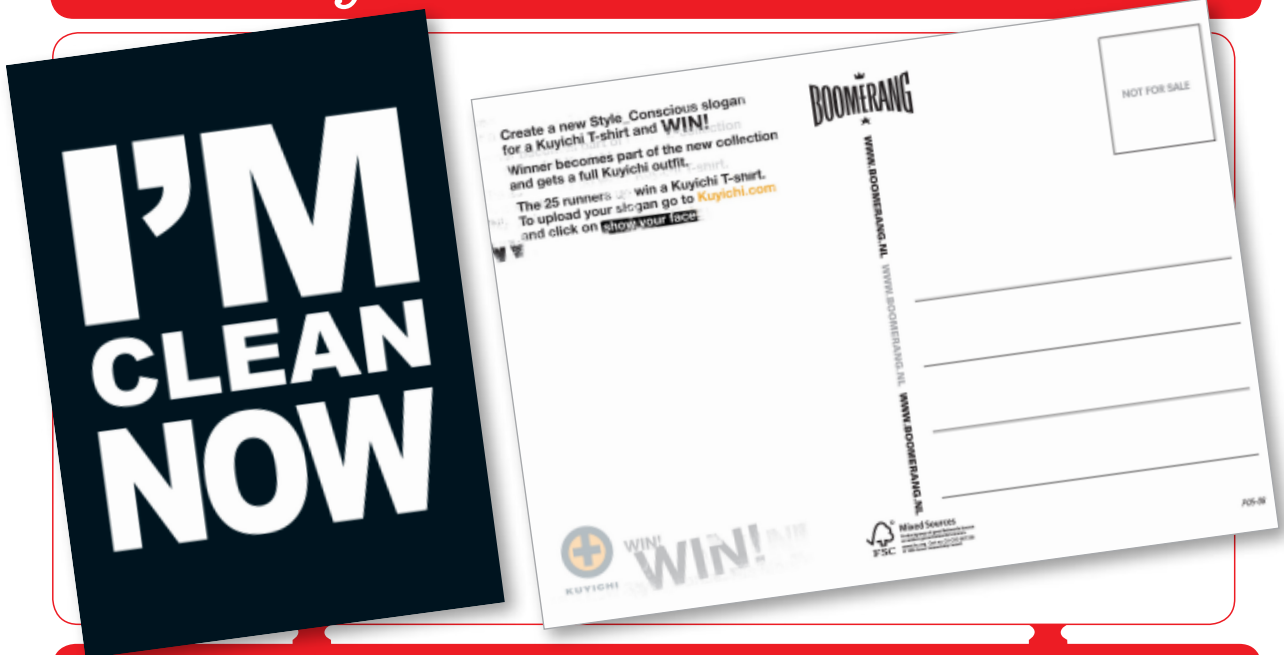


Case: Kuyichi



Campagne
Opdrachtgever
Verantwoordelijk bij klant
Creatie

Kuyichi
Kuyichi
Ester Serrano
De campagne is gebaseerd op een bestaand ontwerp. Pirat is hierbij het ondersteunende reclamebureau

★ Doelstelling campagne

De belangrijkste doelstelling van deze campagne is meer traffic naar de site genereren door middel van een contest.

★ Doelgroep

Mannen en vrouwen in de leeftijd 18-35 jaar.

★ Campagne

Op de Freecard wordt een prijsvraag gecommuniceerd zodat er meer traffic naar de site wordt gegenereerd. De consument kan meedoen met de contest door een slogan via de site te uploaden. De winnende slogan wordt gedrukt op een Kuyichi-shirt en de winnaar ontvangt een Kuyichi kledingpakket. De Freecard campagne wordt ondersteund door Posterscreen.

★ Media-inzet

Landelijk worden er Freecards in het Uitgaansnetwerk en Posterscreen ingezet.

★ Campagne looptijd

2 weken

★ Locatiebereik

Het locatiebereik is 42% van de doelgroep 18-35 jaar. Dit zijn ruim 1,4 consumenten.

★ Waarom Boomerang

'Boomerang is een populair medium. In principe hanteren wij de policy niet te adverteren in media. Boomerang heeft een goed bereik en het medium past gewoon heel goed bij deze campagne. Daarnaast is Posterscreen een mooi medium om ons campagnebeeld te laten zien', aldus Ester Serrano van Kuyichi.

★ Quote adverteerder

Ester: 'De samenwerking met Boomerang gaat heel goed. Nu hebben wij voor deze campagne alleen Boomerang ingezet. De volgende keer willen we naast Boomerang meerdere media in gaan zetten om de gehele campagne nog beter te ondersteunen.'