

9.10.06

Warsztaty wprowadzające

Doskonalenie
użyteczności
interfejsów
użytkownika



Vortal PR i komunikacji marketingowej w sieci



Dla firm: [Katalog agencji](#) | [Praca](#) | [Wydarzenia](#) | [Felietony](#) | [Wywiady](#) | [Recenzje](#) | [Sprawozdania](#)

Dla agencji: [Przegląd prasy](#) | [Gorący temat](#) | [Blogi MMS](#)

Dla mediów: [Nowości](#) | [Z zagranicy](#) | [Galeria marek](#) | [Słownik](#) | [Downloads](#) | [Newsletter](#) | [e-Księgarnia](#) | [RSS](#)

[Teoria PR](#) [e-PR](#) [etyka PR](#) [PR w kryzysie](#) [Event PR](#) [PR w firmie](#) [PR i prawo](#) [Media relations](#)
[Marka](#) [PR w polityce](#) [e-mailing](#) [Lobbying](#) [Sponsoring](#) [Positioning](#) [Studium przypadku](#) [CSR](#)

[+ Nowości](#)

Odstony: [81]

[wróć](#) [Pozostałe informacje](#)



Sukces kampanii wirusowej - Motowalentynki

Dobiegł końca internetowy konkurs Motowalentynki. Była to pierwsza wspólna akcja specjalna sieci ARBOmedia Polska i wydawnictwa Axel Springer. Po raz kolejny potwierdziła się siła marketingu wirusowego –

[← Wyszukiwarka](#)

[w artykułach](#)

[w nowościach](#)

[w e-księgarni](#)

w ciągu trzech tygodni stronę konkursową odwiedziło blisko 60 000 osób.

Akcja polegała na wysyłaniu przez internautów wirtualnych walentynek do jak największej liczby znajomych. Nagrodami w konkursie były telefony RAZR V3 (limitowana różowa seria). W zabawie wzięło udział niemal 13 000 osób, które łącznie wysłały ponad 230 000 kartek.

Konkurs promowany był zarówno na witrynach internetowych, jak i w prasowych tytułach Axel Springer. Internetowa część akcji to przykład połączenia sponsoringu i kampanii odśtonowej.

Stałe obecności na witrynach Newsweek.pl, KomputerSwiat.pl, Auto-Swiat.pl, Dziewczyna.pl i Olivia.pl zostały wsparte milionem odśton billboarda. W ten sposób w ciągu trzech tygodni wygenerowano blisko 10 milionów kontaktów reklamowych. Kampanię widziało niemal 1 200 000 unikalnych użytkowników. Kluczową rolę w kampanii odegrała forma konkursu. Wysyłane kartki stanowiły jednocześnie zaproszenie do wzięcia w nim udziału.

Autor: Dawid Gajek 2006-03-01.



Komentarze [1] [Dodaj!](#)

Autor: **ania** @ 10 marca 2006

Brałam udział w konkursie i do tej pory nie mam pojęcia kto wygrał!! nie wiem jak się dowiedzieć na żadnej stronie nie ma listy zwycięzcó!!

Ocena: **5 / 5**

Publikowane komentarze są prywatnymi opiniami użytkowników serwisu. Epr.pl nie ponosi odpowiedzialności za ich treść.

◀ Rozmowy o PR



Z punktu widzenia PR-owca radio i innych mediów różni się przede wszystkim szybkością. Radio jest najszybszym z mediów dlatego wymaga refleksu aktualności. O relacji PR-radio rozmawiamy z Pawłem Piszczkiem, dziennikarzem Radia Bis.

[inne wywiady](#)

◀ e-Księgarnia



[podobne książki](#)

◀ Wydarzenia

PR-owe przypadki

I Konferencja Komunikacji Kadry Zarządzającej 2006-09-22, Ciechocinek.

Jak wykorzystać Internet kampanii wyborczej samorządów 2006-09-28, Warszawa, B City.

Teoria i praktyka działalności komitetów wyborczych wyborach samorządowych 2006-09-29, Nowy Tomyśl.

◀ Recenzje



Recenzja książki "Billboard! Reklama otwiera przestrzeń", napisanej przez guru reklamy zewnętrznej plakatu Davida Bernsteina

[inne recenzje](#)



← Wirtualny kiosk

więcej magazynów

Na komórkę  Wygaszacze ekranu Dzwonki Logosy	Zakupy  Gadżety erotyczne Bielizna erotyczna Odbitki cyfrowe Perfumy Na wyprawę w góry	Finanse  Gotówka na telefon	Turystyka  Oferty last minute Wakacje + praca Travelzone Noclegi cała Polska Wyjazdy na narty
Rozrywka  Bilety do teatru Bilety na koncert	Dla webmasterów  Tanie domeny Tani hosting Firmowe newsletters	Dla agencji  Nadruki na koszulki Gadżety reklamowe	Linie lotnicze  Austrian Airlines Centralwings