



Subskrypcja

Zamawiam cotygodniowy bezpłatny e-biuletyn

[dalej](#)

Powiadom Znajomego

Prześlij link znajomemu

[dalej](#)

MpK - Specjały

- Advertainment (93)
- Billboardy (59)
- Buzz marketing (73)
- Celebrity (148)
- Erotyka w reklamie (121)
- Guerilla marketing (66)
- Konsument (92)
- Lifestyle (115)
- Marketing wirusowy (87)
- Reality show (30)
- Shockvertising (104)
- Varia (31)
- Wzrost public relations (100)

MpK - Tematy

- Badania marketingowe (25) **nowy!**
- Biblioteczka (6)
- CRM i Marketing Relacji (18)
- e-Commerce i e-Marketing (40)
- Experiential Marketing (9)
- Lojalność klienta (24)
- Marketing i Programy Lojalnościowe (12)
- Marketing Młodzieżowy (10) **nowy!**
- Marketing polityczny (11) **nowy!**
- Marketing targowy (5)
- Marketing zdobywczy (11)
- Marketingowy Wizjoner Roku 2005 (15)
- Prawo (11)
- Promocja Sprzedaży (29)
- Public Relations (29) **nowy!**
- Reklama (37)
- Sprzedaż (12)
- Telemarketing (15)
- Trendy (15)
- Troska o klienta (18)

Wiadomości

Sukces kampanii wirusowej - Motowalentynki

Marketing internetowy
(1 marca 2006)



Witryna konkursu 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 – w ciągu trzech tygodni stronę konkursową odwiedziło blisko 60 000 osób (BBmedia, 01-02.2006).

[Czytaj dalej ->](#)

REKLAMA



II Kongres "Potencjał Rynku Młodzieżowego"

Jak skutecznie budować lojalność przyszłych klientów

26-27 października
Hotel Jan III Sobieski, Warszawa

Jedyna na polskim rynku możliwość dokładnego omówienia kwestii dotyczących rynku młodzieżowego

Więcej: www.ecu-marketing.pl

REKLAMA

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 (BBmedia, 01-02.2006).

Konkurs promowany był zarówno na witrynach internetowych, jak i w prasowych tytułach Axel Springer. Internetowa część akcji to przykład połączenia sponsoringu i kampanii odsonowej. Stałe obecności na witrynach Newsweek.pl, KomputerSwiat.pl, Auto-Swiat.pl, Dziewczyna.pl i Olivia.pl zostały wsparte milionem odsłon billboardu na wszystkich

Informacje od Sponsorów



Konferencje ECU

- Alkohole i Tytoń 2006
21-22.09, Warszawa
- Budowa narzędzi badawczych
21-22.09, Warszawa
- Skuteczna reklama
27-28.09, Warszawa
- II Kongres Nowe trendy w Public Relations
28-29.09, Warszawa
- Program lojalnościowy krok po kroku
28-29.09, Warszawa
- II Kongres Customer Intelligence
12-13.10, Kraków
- Zarządzanie jakością
12-13.10, Warszawa
- Nowe trendy w komunikacji marki
19-20.10, Warszawa
- Czy Wojna na Półce?!
26-27.10, Warszawa
- II Kongres Potencjał Rynku Młodzieżowego
26-27.10, Warszawa
- Komunikacja wewnętrzna w firmie
26-27.10, Warszawa
- Public Relations w sytuacji kryzysowej
26-27.10, Warszawa
- Prawo autorskie a marketing
7.11, Warszawa
- Skuteczna reklama
30.11-1.12, Warszawa
- Program lojalnościowy krok po kroku
7-8.12, Warszawa
- Nowe trendy w komunikacji marki
11-12.12, Warszawa

[więcej ->](#)

- Wysyłka bezpośrednia (11)
- Zarządzanie Marką (60)
- Zbędnik (18)

podstronach serwisów należących do wydawnictwa Axel Springer. W ten sposób w ciągu trzech tygodni wygenerowano blisko 10 milionów kontaktów reklamowych. Kampanię widziało niemal 1 200 000 unikalnych użytkowników (BBmedia, 01-02.2006).

MpK - Wiadomości

- Ludzie i Firmy (763) **nowy!**
- Edukacja marketingowa (80)
- Przegląd prasy (19)
- Kampanie reklamowe (833) **nowy!**
- Media (286) **nowy!**
- Promocje (369) **nowy!**
- Wydarzenia promocyjne (389) **nowy!**
- Badania marketingowe (255)
- Współpraca między firmami (776) **nowy!**
- Różne strony Internetu (395) **nowy!**
- Outdoor i ambient media (194)
- Konkursy (248)
- Przetargi (92)
- Nowe produkty i usługi (150)
- Nowinki technologiczne (25)
- Kampanie i akcje społeczne (307) **nowy!**
- Design (68)
- Gadżety do Zbędnika (114)
- Komunikaty (37)
- Marketing bezpośredni (127)
- Marketing internetowy (173) **nowy!**
- Marketing mobilny (37)
- Marketing niestandardowy (44)
- Nagrody i wyróżnienia (284) **nowy!**
- Oferty pracy (19)
- Public Relations (239) **nowy!**
- Publikacje (12)
- WOŚP (18)

Do promocji Motowalentynek wykorzystano Watermark, Rectangle 300x250, Skyscraper 120x600 oraz zawierający efekty specjalne Skyscraper 120x600 FX. Przedstawiał on telefon RAZR V3 osadzony na kwiecie tulipana, który rozkwitając wydostawał się poza naturalny obszar kreacji. Wskaźnik klikalności tej formy reklamowej znacząco przewyższył CTR dla standardowego Skyscrapera.

Kluczową rolę w kampanii odegrała forma konkursu. Wysyłane kartki stanowiły jednocześnie zaproszenie do wzięcia w nim udziału, co zapewniło zaangażowanie się kolejnych internautów w zabawę. Na licznych stronach poświęconych telefonii komórkowej lub rozrywce uczestnicy chętnie dzielili się wrażeniami związanymi z Motowalentynkami. Doszło nawet do powstania specyficznych społeczności wymieniających się między sobą punktami konkursowymi.

Akcja Motowalentynki to pierwszy wymierny efekt wspólnego działania ARBOmedia z Axel Springer. Udało nam się zorganizować efektowny konkurs czerpiący z dobrodziejstw marketingu wirusowego. Sukcesu internetowej kampanii Motowalentynki nie można jednak ograniczać do niemal ćwierć miliona wysłanych kartek elektronicznych. Równie istotny jest fakt, iż przez trzy tygodnie markowe witryny takie, jak Newsweek.pl, Auto-Swiat.pl czy KomputerSwiat.pl, przybrały postać bogatej w nowoczesne kreacje, różowej reklamy telefonu komórkowego. Jestem pewien, iż w bliskiej przyszłości będziemy organizować podobne projekty. - podsumowuje Grzegorz Sewastianowicz, koordynator internetowej części projektu.

Projekt kartek walentynkowych powstał w Dziale Projektów Specjalnych Axel Springer Polska. Kreacje internetowe oraz strona konkursowa zostały przygotowane przez agencję interaktywną Internet Contact. Za zakup mediów dla Motoroli odpowiada dom mediowy The Media Insight Polska.

ARBOmedia jest jedynym w Polsce europejskim Domem Sprzedaży Mediów, zarówno klasycznych jak i internetowej powierzchni reklamowej, oraz reklamy ambient. Polski oddział jest częścią grupy ARBOmedia Europe, która posiada swoje oddziały w 7 krajach działając na rynku telewizyjnym, radiowym, internetowym, prasowym oraz out-of-home / ambient media.

ARBOmedia Polska posiada w swoim portfolio nośniki reklamy ambient'owej W4OCZY, nośniki C@fe Baner w kawiarenkach internetowych; zajmuje się reklamą w obiektach sportowych oraz dysponuje nośnikami POS TV na stacjach benzynowych. Ponadto ARBOmedia Polska reprezentuje ponad 300 serwisów internetowych o łącznej liczbie ponad 550 mln odsłon oraz dotarciu do prawie 8 mln Internautów miesięcznie (źródło danych: Megapanel PBI/Gemius 2005.12). Wśród nich takie serwisy jak: GazetaPrawna.pl, NowoczesnaFirma.pl, MediaRun.pl, Twoja-Firma.pl, Parkiet.com, eGospodarka.pl, BiznesNet.pl, Newsweek.pl, Podatki.pl, Gery.pl, Hip-Hop.pl, GRY-OnLine.pl, kobiety.pl, Wizaz.pl, CGM.pl, Joemonster.org, Szorty.pl, Gratka.pl, Motofakty.pl, Pora.pl oraz wiele innych. Dom Sprzedaży Mediów ARBOmedia Polska kieruje swoją ofertę do domów mediowych, agencji reklamowych, jak również bezpośrednio do klientów korporacyjnych.

MpK - Archiwum

- MpK - Aktualności:
- MpK-A/166 (12.09)
 - wszystkie wydania

- MpK - Tematy:
- MpK-T/141 (14.09)
 - wszystkie wydania

Indeks słów kluczowych

Od Administratora

W przypadku zauważenia błędów w funkcjonowaniu serwisu, bardzo proszę o kontakt

Administrator

Kontakt

Marketing przy Kawie
ul. Berka Joselewicza 21c
31-031 Kraków
e-mail:
marketing-news.pl

Marketing internetowy

www.Bodega.pl na pierwszych stronach polskich wyszukiwarek
2006-09-18

Najświeższe wiadomości

Przegląd prasy
[Search Engine Optimization - strategie 2006-09-19](#)

Konferencje Informedia

- Finansowanie nieruchomości
20-21.09, Warszawa
- Negocjacje Zakupowe
21-22.09, Warszawa
- Usługi zintegrowane
21-22.09, Warszawa
- Kredyt dla dewelopera i inwestora krok po kroku
22.09, Warszawa
- Finanse on-line
28-29.09, Warszawa
- Jak przygotować skuteczną analizę konkurencji
28-29.09, Warszawa
- Liberalizacja dostępu telekomunikacyjnego
3-4.10, Warszawa
- Zagospodarowanie przestrzenne Krakowa
3-4.10, Kraków
- Kapitał obrotowy
4-5.10, Warszawa
- E-faktura
5-6.10, Warszawa
- Rozstrzygnięcie sporów abonent - operator
5-6.10, Warszawa
- Cash pooling - aspekty podatkowe i rachunkowe
6.10, Warszawa
- Prawa autorskie a nowe pola eksploatacji
10-11.10, Warszawa
- Oświadczenia żywieniowe i zdrowotne
12-13.10, Warszawa
- Kogeneracja i czerwone certyfikaty
16-17.10, Warszawa
- Nowelizacja Prawa Farmaceutycznego
17-18.10, Warszawa
- Nowelizacja ustawy o świadczeniach zdrowotnych
19.10, Warszawa
- Optymalizacja procesów zakupowych - czynniki sukcesu
23-24.10, Warszawa
- Odpowiedzialność Zarządu
24-25.10, Warszawa
- E-zaopatrzenie
26-27.10, Warszawa
- VAT w bankach
7-8.11, Warszawa
- LNG - skraplanie, transport, regazyfikacja
14-16.11, Warszawa
- CNG - dostępność i możliwości wykorzystania w Polsce
21-22.11, Warszawa
- Fuzje i przejęcia
23-24.11, Warszawa
- Jak przygotować skuteczną analizę konkurencji
27-28.11, Warszawa

[MindChili konsoliduje kredyty z GETIN Bankiem 2006-09-18](#)

[Next i Artegence odpowiadają za internetową odsłonę promocji Maxwell House 2006-09-15](#)

[Wybierz film do nowej kampanii Clio Renault Sport 2006-09-15](#)

[Bezpieczne Gadu-Gadu 2006-09-14](#)

[więcej ->](#)

[Kampanie i akcje społeczne HELP w telewizji 2006-09-18](#)

[Public Relations Najlepsza golfistka i najlepszy golfista amatorzy w Polsce wyłonieni 2006-09-18](#)

[Współpraca między firmami Communication Unlimited dla Avene 2006-09-18](#)

[Ludzie i firmy Nowy Manager Projektów Promocyjnych w Gazecie Prawnej 2006-09-18](#)

[więcej ->](#)

[do góry !\[\]\(870f5d5e9c0d57485634be3ecf52f3ca_img.jpg\)](#)

- [Reklama leków 27-28.11, Warszawa](#)
- [E-faktura 30.11-1.12, Warszawa](#)
- [E-zaopatrzenie 7-8.12, Warszawa](#)

[więcej ->](#)

[Strona główna](#) | [Aktualności](#) | [Tematy](#) | [Wiadomości](#) | [Blog](#) | [Subskrypcja](#)
[Baza firm](#) | [Reklama](#) | [O nas](#) | [Współpraca](#) | [RSS](#) | [Ochrona prywatności](#)

[RSS](#)

Copyright 2006 Bridge MW Sp. z o.o.