



KÕIKE EI PEA ISE LÄBI TEGEMA

FORUM CINEMAS
BRÄNDINGU KAMPAANIA

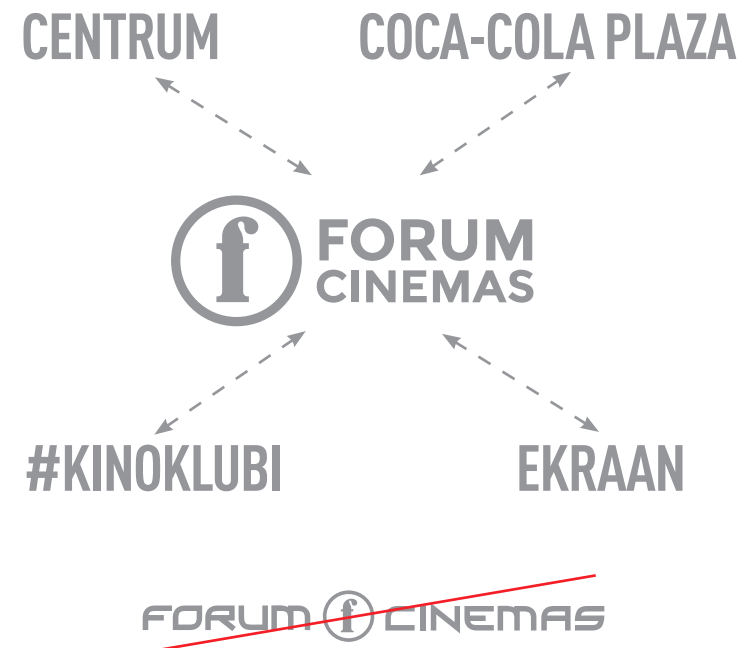


PROBLEEM JA EESMÄRK

Inimesed ei seosta Forum Cinemas brändi kinodega Coca-Cola Plaza, Centrum ja Ekraan.

Kampaania eesmärk

- suurendada küllastajate teadlikust Forum Cinemas brändi ja kinode vahelisest seosest
- tutvustada hiljuti uuenenud logo
- kinnistada viidet #kinoklubi
- kutsuda inimesi Forum Cinemas kinodesse



Meil oli loovmeeskonnale 2 tingimust:

- Soovime kampaanias kasutada inimesi
- Tuntud näitlejaid ei kasuta

IDEE JA TEOSTUS

Loovmeeskonnal oli seisukoht - kindlasti ei hakka me hooprema parimate toolide ja projektoritega ning klišeelik filmikangelaste jäljendamine jääb ära!

Mida inimene kinost saab?

- ta saab ajutiselt laenata kellegi teise elu ja seikluseid
- ta saab nutta kurbadel hetketel aga filmi lõppedes lõppeb ka draama või him, mida äsja kogeti
- ta saab naerda teiste üle ja see on kinos väga ok

Siit sündis kampaania sõnum

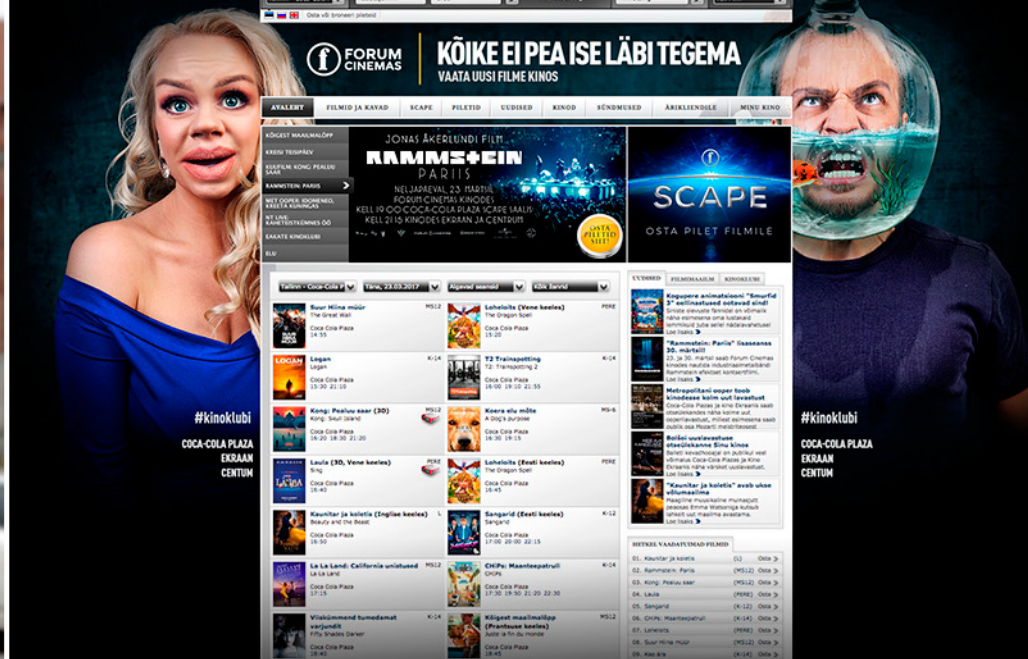
KÕIKE EI PEA ISE LÄBI TEGEMA

VAATA UUS FILME KINOS

COCA-COLA PLAZA CENTERUM EKRAAN

Me tegime reklaamklipid ja posterid, mis jutustavad lõbusaid ja veidraid lugusid, kuid milles keegi ise peaosaline olla ei tahaks. Kõrvalt aga vaataks küll. Eriti kinos!





EESMÄRGI TÄITMINE

Enne kampaaniat oli www.forumcinemas.ee kodulehele jõudmiseks enim googeldatud sõna/sõnapaar Coca-Cola Plaza oma erinevates variatsioonides.

Suhe Forum Cinemas kui otsingusõnaga oli

1/4

Peale kampaaniat oli otsingusõnade suhe

3/4↑

Instagrami jälgijate arv suurenes

+34%

#kinoklubi kasutamine suurenes

2X

