

EIN CHOR AUS PRALINE-SCHACHTELN.

AUFGABENSTELLUNG

Pralinen von Chocolat Frey gehören einfach zu Weihnachten. Doch wie soll man dies in einem von Festtags-Kitsch überschwemmtem Werbeumfeld kommunizieren? Und dies erst noch mit relativ kleinem Budget?

LÖSUNG

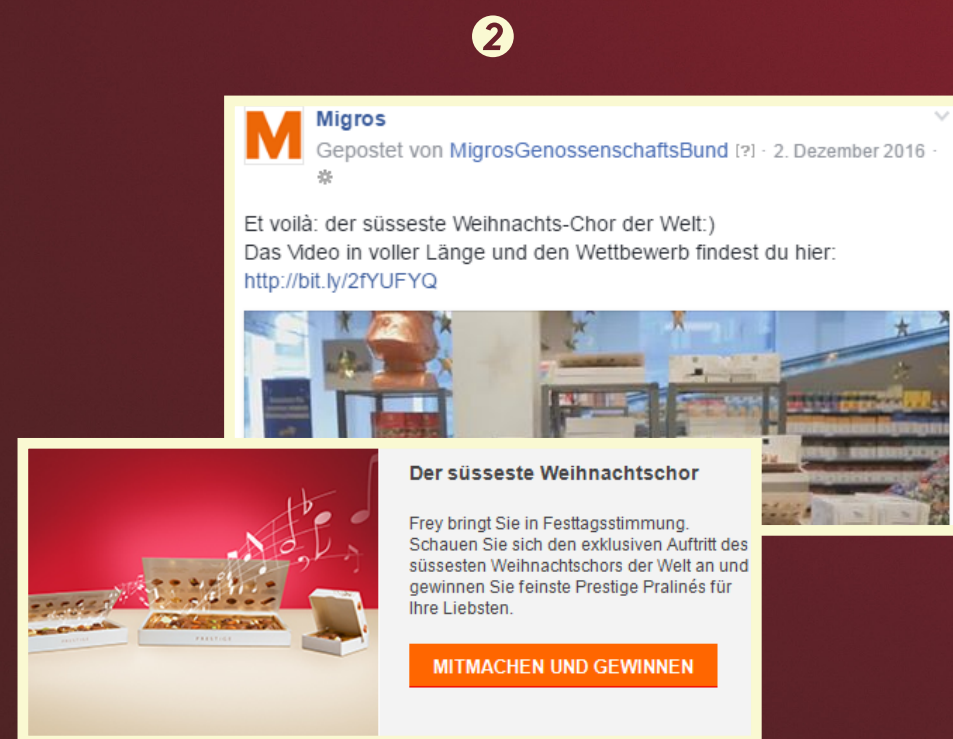
Chocolat Frey liess das Produkt selber Weihnachtsstimmung verbreiten. In der Migros Löwenstrasse überraschte ein Chor singender Praline-Schachteln die Kunden. Die Aktion wurde auf den Online-Kanälen der Migros mit Teaser-Spots verbreitet. Diese führten auf die Website migras/schokolade.ch, wo man die Aktion anschauen und teilen sowie kostenlos Pralinen an seine Liebsten verschicken konnte. Ausserdem waren drei weitere Filme mit den singenden Schachteln zu finden.

ERGEBNISSE

Die Aktion erreichte auf Youtube allein über 150'000 Views. Und vor allem schafften es die Pralinen von Chocolat Frey, ganz ohne Festtags-Klimbim Weihnachtsstimmung aufkommen zu lassen.



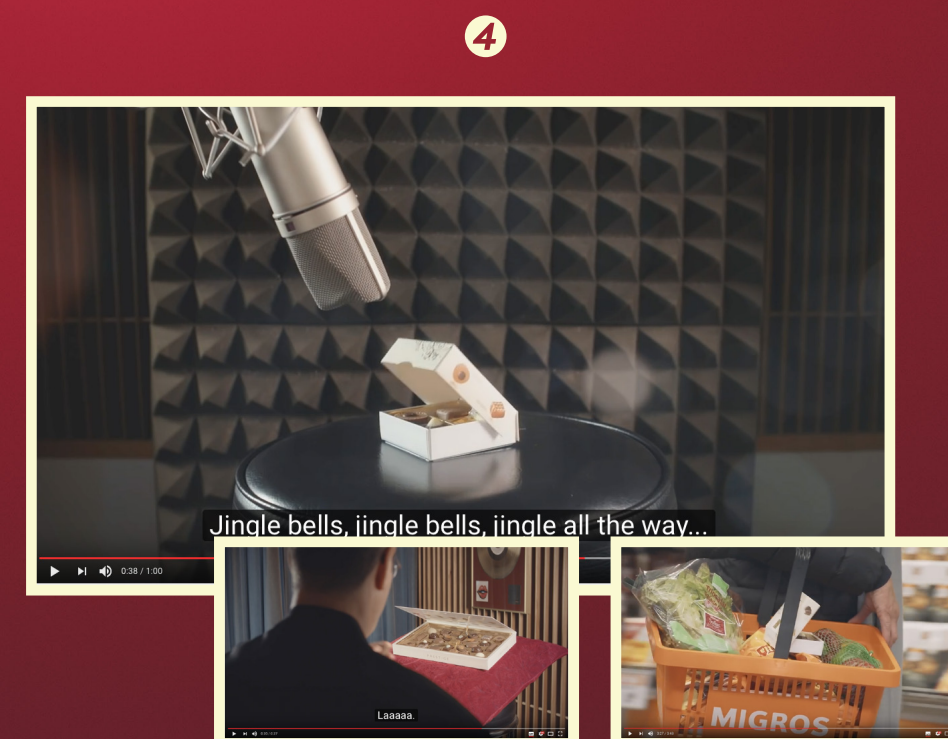
Die Aktion wird am POS mit versteckter Kamera gefilmt.



Teaser auf Owned Media der Migros führen auf die Website.



Hier kann man kostenlos Pralineschachteln versenden.



Neben dem Hauptfilm findet man auf der Site auch drei Spin-offs.



Die Filme gehen viral und werden von den Medien weiterverbreitet.