

MIGIPEDIA

GESAMTKAMPAGNE

07-0014

Aufgabenstellung

Nach dem Relaunch setzt Migipedia auf inhaltliche Transparenz und lädt alle Besucher mit offenen Armen zum Mitmachen ein. Diese Kernidee soll in einer Kampagne aufgenommen werden.

Strategie / Lösung

Neben einer breiten Online-Kampagne mit Bannern, PreRolls, Social Media wurde auch auf Inserate in Tageszeitungen gesetzt. So wurde einerseits die Bekanntheit von Migipedia gesteigert sowie Migros-Kunden die Migipedia bereits kennen dazu animiert, auf Migipedia aktiver zu werden.

Kreation / Umsetzung

Mit dem Claim «Mach die Migros um deine Meinung besser» symbolisiert das neue Logo mit überschneidenden Sprechblasen den Dialog, der zu Verbesserung und Innovation im Migros-Universum führen soll. In den Print- und Online-Massnahmen lassen wir die Community in Original-Kommentaren zu Wort kommen. Das Besondere daran: Es wurden nicht nur lobende, sondern auch kritische und zu Veränderung anregende Voten berücksichtigt. Für die Bewerbung von Migipedia mit Pre-Rolls setzten wir 5-Sekunden Spots um die als PreRolls aneinander gereiht werden konnten. Wurden die PreRolls nach 5 Sekunden per «Skip Ad» übersprungen, konnten wir trotzdem die gesamte Botschaft vermitteln.

www.migipedia.ch



Kontaktbezogene Adhoc-Anzeigen 20 Minuten



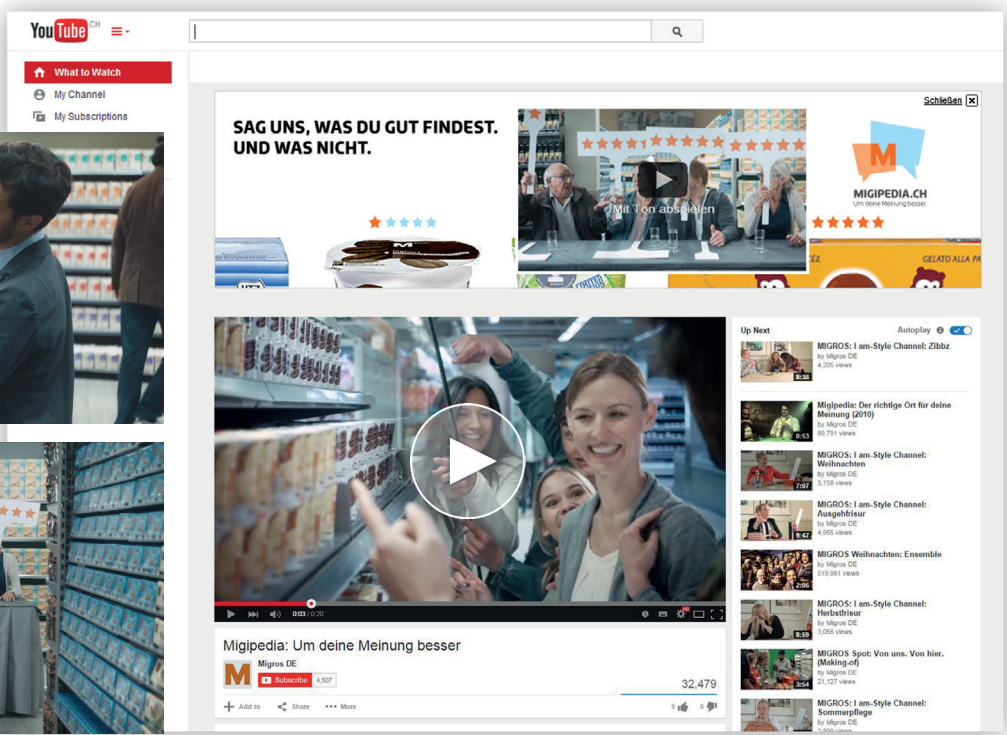
Online Banner



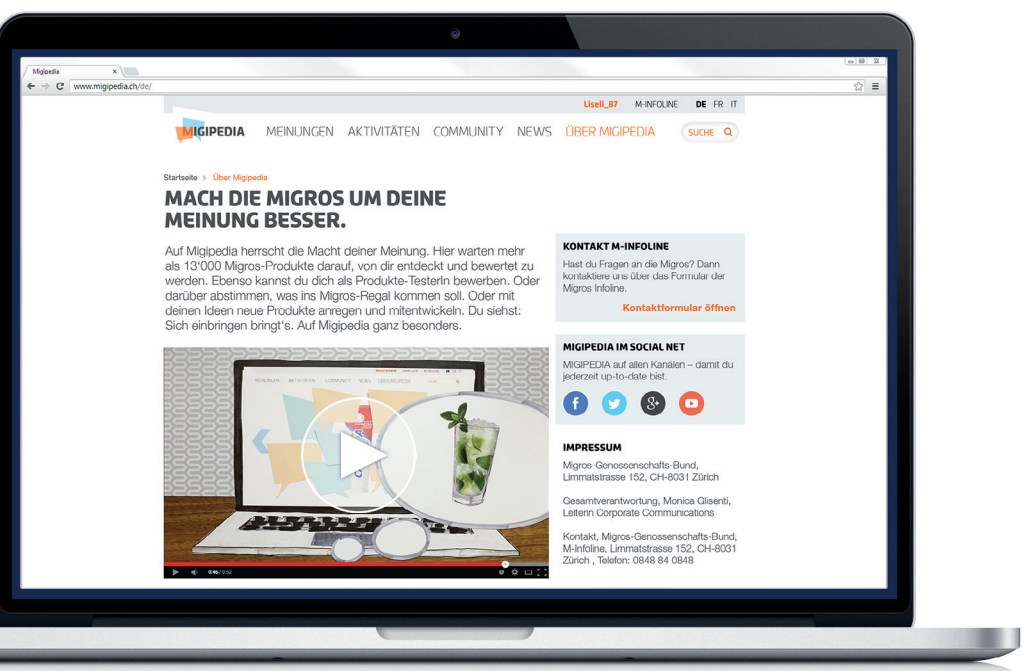
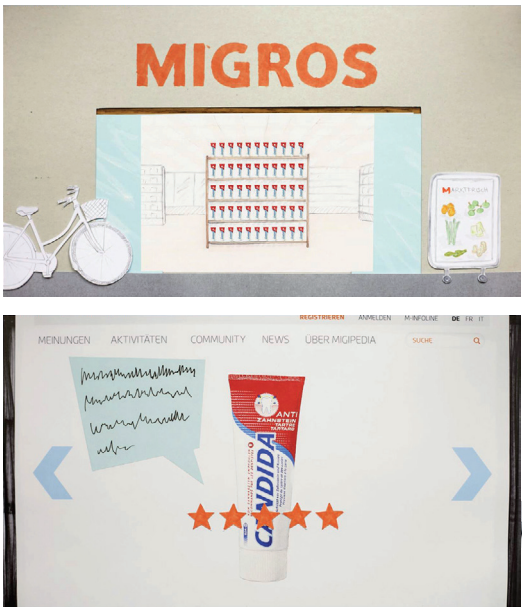
Anzeigen Blick am Abend



Anzeigen 20 Minuten Friday



Youtube Prerolls und Masthead



Tutorial-Movie

