

КАМА EURO. КОЛЕСО УДАЧИ.

С 5 ноября по 27 декабря 2007 года Агентство мобильного маркетинга и рекламы Brand Mobile проводит интерактивную акцию «КАМА EURO. КОЛЕСО УДАЧИ» для ООО «Торговый дом «КАМА»».

Акцию «КАМА EURO. КОЛЕСО УДАЧИ» можно назвать в некоторой степени символической. Ранее мобильный маркетинг использовался для продвижения товаров, относящихся к рынкам FMCG, алкоголя, табака, фармацевтики, финансов, HoReCa, бытовой техники и электроники. Сегодня мобильные технологии завоевывают и автомобильный рынок. В связи с этим разрабатываются новые интересные подходы к выполнению поставленных задач. Одно из таких новых решений было использовано в акции «КАМА EURO. КОЛЕСО УДАЧИ».

Оригинальность акции «КАМА EURO. КОЛЕСО УДАЧИ» заключается в том, что в ней участвуют не только покупатели, но продавцы розничных сетей, от которых во многом зависит успешность продаж. При продаже шин «КАМА» и «КАМА EURO» продавец предлагает покупателю участие в интерактивной акции. Для этого продавец выдает покупателю часть купона с порядковым номером и уникальным кодом под скретч-панелью и краткой инструкцией по участию в акции. Вторую часть купона – также с уникальным кодом под скретч-панелью – продавец оставляет себе.

Покупатель и продавец могут активировать уникальный код посредством отправки SMS-сообщения на короткий номер акции, через WEB или WAP-сайт, а также через телефон горячей линии организатора акции. Как только покупатель/продавец активирует свою половину кода, его телефонный номер фиксируется в базе, и он становится участником акции. При активации кода только с одной стороны, и покупатель, и продавец получают гарантированный приз брендированный мобильный контент. Однако код покупателя не принимает участие в розыгрыше других призов до тех пор, пока не будет активирован код продавца. Так же и продавец не может принять участие в розыгрыше, если покупатель не активировал свой код.

В результате розыгрыша покупатель/продавец может выиграть некоторую сумму денег на счет мобильного телефона или фотоаппарат. По итогам акции будут выбраны 3 самых успешных продавца, которые получают денежное вознаграждение, а среди покупателей будут определены 10 счастливиц, которые станут обладателями главных призов - ноутбуков.

Среди владельцев точек розничных продаж в каждом регионе так же будут разыграны призы. Лидеры по количеству активированных продавцами и покупателями кодов получают ноутбуки. Специальный приз, фотоаппарат, получают владельцы розничных торговых точек, в которых работают продавцы с самым высоким рейтингом.

Таким образом, с помощью мобильной интерактивной акции можно не только подтолкнуть потребителя к совершению покупки, но и создать хорошую мотивацию для продавцов. Этот ход без сомнения сделает акцию более эффективной, так как продавцы будут не только заинтересованы в продаже, но и в участии каждого покупателя в интерактивной акции. А значит, коммуникацию с брендом продолжат большее количество покупателей.