



Cél

A tartalommarketing célja, hogy releváns, humoros és érdekes tartalmat biztosítson a rajongótábor számára, ezzel pedig organikusan növelje a közösség méretét, aktívan tartsa a rajongókat, valamint keresletet generáljon az íróeszközökre. Ennek megfelelően célcsoportunk a 18-49 közötti, AB státuszú, rajzolás, design és kreativitás iránt érdeklődő felhasználók.



Ötlet

A Schneiderpen Hungary Facebook oldalon napi rendszerességgel teszünk közzé posztokat az alábbi témakörökben: írással és rajzolással kapcsolatos érdekességek, oktatóvideók, animációk, kézzel rajzolt anyagok, humoros mémek és aktualitások. A tartalmak célja, hogy aktívan tartsa, valamint interakcióra (megosztás, reakció, komment) készítse a saját közösségünket, majd rajtuk keresztül további felhasználókat érjünk el organikusan.



Eszközök

Tartalommarketing

- időszakos poszt játékok
- mémek, rajzos Facebook posztok
- boltkereső

Reklám filmek

- nemzetközi piacra gyártott filmek

Kampányok

- Facebook játékok
- BTL kampányok

időszakos poszt játékok



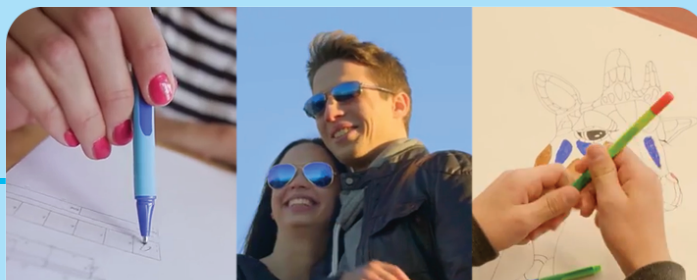
mémek,
rajzos
Facebook
posztok



Boltkereső



nemzetközi
piacra gyártott
filmek



Tollvadászat
játék



31
nyertes

Színteszt
játék

Melyik Schneider Line-Up toll
tükrözi leginkább a személyiséged?



Facebook alkalmazás segítségével szervezett
játék, a Schneider Line-Up toll népszerűsítésére.

29
nyertes

BTL
kampányok



A Schneider tollak népszerűsítése, személyes
kapcsolatteremtéssel, toll automaták kihelyezésével.

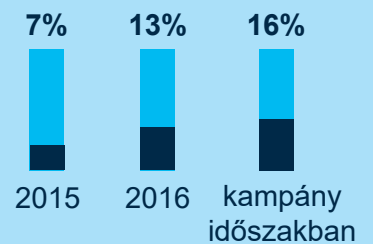


Eredmények

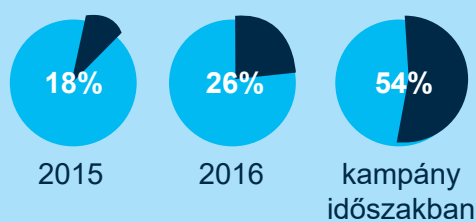
felhasználók száma



fizetett / organikus
elérés aránya



elköteleződési arány



játékosok száma

