

Ariel ile temizliğe mutluluk ekledik

Amaç:

Ariel ile ev alışverişi yapan 25-45 A,B,C1,C2 kadın hedef kitle ile duygusal bağ kurmak. Aileleri için en iyisini arayan bu kadınlara, üstün temizlik performansı ile «yeni gibi tertemiz» mesajını iletmek.



Paylaşım makinesi'ne kıyafetlerini bağışladılar.



Kıyafetler Ariel ile yıkandı.



Yeni gibi tertemiz kıyafetler çocuklara ulaştırıldı.

Uygulama:

3 senedir tekrarlanan Ariel Kıyafet Bağışı Kampanya'sına kıyafet toplama ve bu kıyafetleri Ariel ile «yeni gibi tertemiz» yıkayıp ihtiyaç sahiplerine ulaştırmayı hedefleyen bir kurgu hazırlandı.

Alışverişçileriyle duygusal bağ kurmayı hedefleyen Migros; çamaşır makinesi görünümünde dev dijital çamaşır makinelerini Migros'lara yerleştirdi. Makinelerin dikkat çekici tasarımları sayesinde kısa zamanda kampanyamızın güvenilirliği ve bilinirliği arttı. Bağış yapanlar, makine kapaklarındaki dijital ekranlarda bulunan sayaçlardan, kaçınıcı bağışçı olduklarını öğrendiler.

Toplanan kıyafetler Ariel ile yıkayıp «Yeni Gibi Tertemiz» şekilde ihtiyacı olan çocuklara ulaştırıldı. Hedef kitemizin kampanyaya güven duymasını sağlamak için Toplum Gönüllüleri Vakfı ile işbirliği yapıldı.

Bağışçılar aynı ekranlar üzerinden çamaşır yıkama demosunu izlediler. Böylece bağışladıkları kıyafetlerin sanal olarak yıkanişına şahit olarak, markamız Ariel'in mesajını daha etkili şekilde algılamaları sağlandı.



Sonuç:



Bir önceki sene 20.000 adet olan kıyafet bağışı 200.000 adete ulaştı. Çocuklarımızın mutluluğu paylaşıldıkça arttı.



Projenin toplam ROI'i 8 olarak sonuçlandı (hedefimizin 2 katı). Migros'un deterjan rafı önünde yakalama oranı %110 büyüdü.



Kampanya sonunda hazırlanan «Teşekkürler Türkiye» filmimizin erişimi sosyal medyada 8 milyona ulaştı.

200.000

Kıyafet bağışlandı

