

Knjaz Milos – nagradna igra



Knjaz Milos je vodeći srpski proizvođač kisele vode sa tradicijom od 125 godina. Od Agencije se tražilo da osmisli promotivni postupak i kreativnu koncepciju koja bi se razlikovala od svih drugih, brojnih nagradnih igara koje se odvijaju u toku letnjeg perioda. Glavna nagrada igre pod nazivom „Živi kao Knjaz” bila je - tri godine besplatnog života. Fond nagrada je takođe obuhvatao letovanja na udaljenim destinacijama, besplatan život za kraći vremenski period, manje poklone i robne nagrade. Sve nagrade su se odnosile na ciljnu grupu: muškarci i žene preko 21.

godine starosti, urbana i suburbana populacija.

Ključ uspeha cele igre bio je multimedijalni pristup. Pored tradicionalnih medija, koristili smo druge kanale i medije za komunikaciju sa ciljnom grupom. Sajt je bio mesto bazičnih informacija o načinu učestvovanja, zatim call centar, KA promocije, dostava pošte, da navedemo samo najvažnije.

Poduhvat je bio tako uspešan u 2007. godini da je klijent odlučio da isto sprovede i u 2008. godini.