

אסטרטגיות שיווק ברשתות החברתיות

Yellow.

עבודתם של גל גנות, כפיר צור, זוהר כפיר ותומר אדורם

נפלה עלינו עז...

Yellow.

חנניות הנוחות בפריסה ארצית

קהל היעד הכללי

"על הדרך"

נהגים

בני נוער

מטיילים

קניות קטנות

משפחות

משפטיות

Yellow.

מטרת הפעילות לטווח הרחוק היא להגדיל מודעות למותג ולפעילותו, באמצעות כינוך הדור הצעיר לצריכה ברשתנו. מיצוב המותג כרשת חנויות הנוחות המובילה והנוחה בארץ. לאחד קוגנטיבית את המושגים משפחה ו-yellow. מטרת הקמפיין- היא להגדיל מעורבות בסושיאל, לחשוף את הדף לכמה שיותר קונים פוטנציאלים חדשים וגם קונים פוטנציאלים עתידיים (ילדים שיהפכו לנהגים) באמצעות העוקבים הקיימים שלנו.

קמפיין מעורבות גולשים אשר ישתפו את המטלות "העיזים" ששאר בני המשפחה מפילים עליהם.

המשתתפים יצטרכו לשתף צילומי מסך של שיחות ווטסאפ עם בני המשפחה שבהם מפילים עליהם "עז". המשתתף שנפלה עליו העז המצחיקה והמציקה ביותר יזכה בפרס - חופשה משפחתית בצפון הארץ והמקום השני יזכה בערכת קמפינג משפחתית מלאה לאיסוף בחנות הרשת. הקריאטיב יתמקד בפרסום פוסטים בפייסבוק. המשתתפים יעלו את התמונה כתגובה לפוסט ובכך ייכנסו לתחרות. הזוכה יוכרז בפוסט נפרד וחגיגי.

הקמפיין יעלה לקראת יום המשפחה
ושיאו יגיע ביום המשפחה עצמו.

Yellow.

הקמפיין יכלול פוסט פייסבוק בצורת סרטון
ובו שיחה עם משפחה המפילה עזים זה על זה
ומלל הכולל הסבר על הפעילות

YOW.

