



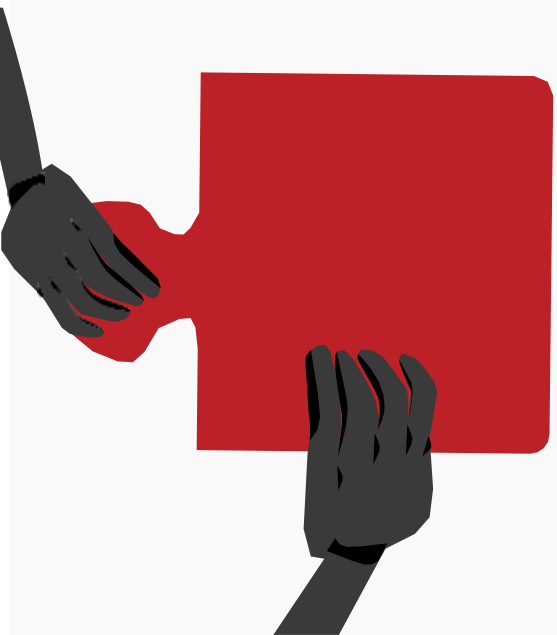
**HOY XAY**

Конкурс:

**КОМУНИКАЦИОННИ  
АГЕНЦИИ**

Категория:

**ПРОДУКТ**



**ЛИНК КЪМ LIVESTREAM: <https://youtu.be/rxU7P6qPsE4>**

# НАШИТЕ ЦЕЛИ

## За продукта:

**WTFanta не е типичната освежаваща напитка.** Дори не е типичната Fanta. Обикновено, когато се лансира нов вкус на пазара, брендовете акцентират на самия него.

При WTFanta е точно обратното – **ние не казваме какъв е вкусът, а предизвикваме хората да го познаят.** Разгадаването на мистериозния вкус и тийзър частта в комуникацията заемат по-голям фокус от самото му разкриване. А тези, които успеят да го разкрият, накрая участват за награди.

## Прозрение:

**Играта и мистерията са в основата на нашия продукт.** Както и в основата на една конкретна аудитория, перфектен таргет за WTFanta – **геймърите.** 😊

## Цели:

**1.**

Да представим новия мистериозен вкус на WTFanta сред нова, но значителна и обширна аудитория за бранда – геймърите.

**Да навлезем в гейминг територията** и да я заявим като медиен канал, естествено свързан с нашия продукт.

**2.**

Да вдигнем с **30%** нивото на органична ангажираност (гледания и коментари) спрямо досегашното дигитално присъствие на продукта.

**3.**

Да привлечем **допълнителни участници** в първото физическо събитие за разкриването на вкуса на WTFanta.

# КАК ГИ РЕАЛИЗИРАХМЕ?

Публикувахме серия от тийъри в социалните мрежи на Fanta, където комуникирахме новия **мистериозен вкус на WTFanta**, разкривайки само, че е вдъхновен от десерт. Големият въпрос към хората беше „Какъв е той?“.

За първи път създадохме ексклузивно **изживяване само за геймър аудиторията**. В една от най-популярните **онлайн игри – Fortnite\***, **конструирахме специална WTFanta карта** с десертна тема и дизайн – изцяло ново custom ниво, което не е съществувало досега. В него играчите преминаваха през серия от подсказващи въпроси, закодирани послания и препятствия, които насочваха към това какъв е тайнственият вкус на освежаващата напитка. На картата можеше да се открият и кодове, с които хората да играят за екстра награди в **приложението на Coca-Cola**. Колаборирахме с един от най-популярните гейминг стриймъри в България – **Евгени Николов, известен като Gothika\_47**. Той комуникира в каналите си лайв стрийминг събитие, на което представи и самата WTFanta карта, заедно с продукта.

За ключовата визия използвахме изкуствен интелект, за да превъплътим Евгени във Fortnite герой.

На мащабно физическо събитие пред НДК най-накрая разкрихме и мистериозния вкус – ягодов чийзкейк. На място хората можеха предварително да гласуват какъв е вкусът, но геймърите имаха предимство пред всички останали заради ексклузивните улики, които събраха от Fortnite изживяването. Физическото събитие беше комуникирано и в лайв стрийминг активацията.

\*Fortnite отчита над 230 милиона активни потребители на месец през 2023 г.



# КАКВИ РЕЗУЛТАТИ ПОСТИГНАХМЕ?

**1.**

Заедно с Евгени Николов създадохме и публикувахме разнообразно дигитално съдържание в множество платформи, за да привлечем интерес към новия мистериозен вкус на WTFanta и гейминг изживяването във Fortnite. Това включва Twitch и Youtube лайв стрийминг, YouTube Shorts, Instagram Reels и Instagram сторита, а предварителната комуникация в Youtube и Instagram достигна до **40,000** потребители, които научиха, че WTFanta навлиза в гейминг територията.

**2.**

Лайв стриймингът\* на Fortnite активацията събра общо над **20,000** гледания на живо и **1,800** коментара, което показва над **60%** по-висока ангажираност спрямо традиционната комуникация, състояща се само от дигитално съдържание в каналите на Fanta.

**3.**

На събитието регистрирахме **3,400** участници, които се опитаха да отгатнат вкуса на мистериозната напитка, а само позналите участваха за награди.

\*Лайв стриймингът се излъчваше едновременно в Youtube и Twitch каналите на стриймъра, за да достигнем максималната му аудитория.