



Grywalizacja- Pryszczator– podsumowanie działań



Opis gry



- Gra została zbudowana w formie quizu.
- Użytkownik zaczynał grę na azjatyckiej wyspie Jeju, którą zaatakował zły potwór, Pryszczator. By pokonać potwora, użytkownik musiał zdobyć kilka składników, które na końcu łączył w eliksir.
- Składniki potrzebne do pokonania Pryszczatora były zarazem składnikami aktywnymi wykorzystanymi w kosmetykach z serii jeju. Aby zdobyć dany składnik, użytkownik musiał poprawnie odpowiedzieć na pytanie związane z danym składnikiem.

Cele kampanii



- Promocja serii Jeju, zwiększenie zasięgu i świadomości wśród młodych odbiorców;
- Zebranie grupy remarketingowej, którą będziemy mogli wykorzystać w kolejnych działaniach promocyjnych w Social Mediach;
- Pokazanie marki Ziaja z innej strony, poprzez niewykorzystywany wcześniej kanał i formę komunikacji.

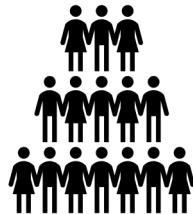


28.10.2019 – 13.11.2019

Czas trwania kampanii



Grupa docelowa



Kobiety w wieku 18-26 lat w całej Polsce (Facebook nie pozwala na wysyłanie wiadomości do osób niepełnoletnich).

Z racji tego, że gra była podłączona do fanpage'a Ziaja, każdy, kto wysłał w tym czasie wiadomość do strony, miał możliwość zagrania w grę (dotarcie również do młodszych odbiorców niż 18 lat).

Kreacja:



Ziaja Polska
Sponsorowane · 🌐



Azjatycka wyspa Jeju została zaatakowana przez tajemniczego potwora... 🏝️ Zagraj w grę i spróbuj uratować mieszkańców wyspy! 🙌

Tajemniczy potwór zaatakował wyspę

Jeju

Spróbuj go pokonać?



MESENGER

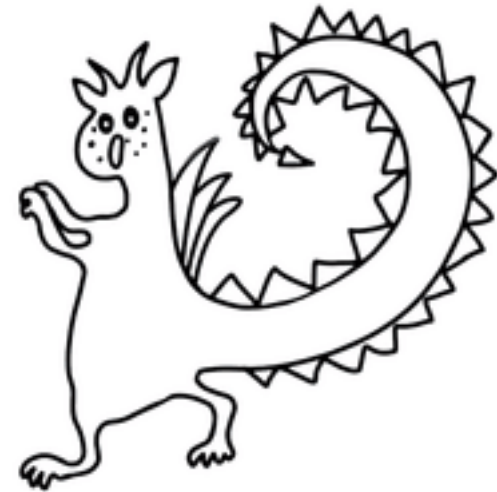
Uratuj mieszkańców
wyspy Jeju!

Wyślij wiadomość

👍 🤔 ❤️ 636 150 komentarzy 5 udostępnień



Przykładowe animacje:



Stopień zaangażowania użytkowników (Engagement rate)



39% osób, które zareagowały na reklamę rozpoczęło konwersację z botem

86% użytkowników przeszło przez blok z pierwszym pytaniem

80% użytkowników przeszło przez blok z drugim pytaniem



75% użytkowników przeszło przez blok z trzecim pytaniem



74% użytkowników dotarło do końca gry



21% użytkowników przeszło do serwisu www

Reakcje:






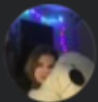

 Karolina Mazurek
on jest za słodki, żeby próbować go pokonać
Lubię to! · Odpowiedz · 48 tyg.  4

 Wiktoriaa Wesołowska
Karolina Mazurek takkk  1
Lubię to! · Odpowiedz · 47 tyg.

 Martyna Ptaszek
awww jaki słodki 

Lubię to! · Odpowiedz · 48 tyg.

 Gabriela Gacek
Urocze   20
Lubię to! · Odpowiedz · 48 tyg.

 Martyna Kokosza
Jaki uroczy potworek  7
Lubię to! · Odpowiedz · 47 tyg.

 Justyna Strojczyk
Poprawiło mi to humor 



Lubię to! · Odpowiedz · 48 tyg. · Edytowano  1

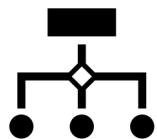


- Zdecydowana większość reakcji na grę była pozytywna, zarówno sama akcja jak i potwór Pyszcator budził pozytywne skojarzenia (wiele osób nazywało go „słodkim”)
- 71% użytkowników klikających w pierwsze pytanie przeszło do końca gry i pokonało potwora
- 85% użytkowników klikających w drugie pytanie przeszło do końca gry i pokonało potwora
- 21% użytkowników gry kliknęło w bloki przekierowujące na stronę www

Wnioski końcowe



Wnioski końcowe:



- Ciekawe story angażuje bardziej niż złożona mechanika gry
- Forma budowania zasięgu oraz promocji serii w nieszablonowy, zabawny sposób; budowanie pozytywnych skojarzeń związanych z serią



Dziękujemy

Aby dowiedzieć się więcej o Yetiz Interactive skontaktuj się z nami lub odwiedź naszą stronę:

<http://www.yetiz.pl/>