

Kampania wielkanocna 2022

Majonez Napoleoński Mosso

Cele kampanii:

- wzrost świadomości marki Mosso Majonez Napoleoński
- promowanie zastosowania produktu w słodkich wypiekach przy jednoczesnym podkreśleniu pozostałych zastosowań
- wzmocnienie pozycji marki na homemarkecie.

Wyzwania:

- zbudowanie spójnej koncepcji łączącej różne zastosowania majonezu z podbiciem pieczenia słodkich dań
- zbudowanie efektywnej kampanii geotargetowanej na dwa województwa
- skuteczne wykorzystanie potencjału wszystkich kanałów digital w spójnym przekazie łączącym różne zastosowania majonezu Mosso.

Sercem kampanii był **30-sekundowy spot** utrzymany w wiosennym, pogodnym klimacie. Para głównych bohaterów pozwoliła zajrzeć do swojej kuchni, w której pani domu wyczarowała słodkie wypieki z użyciem Majonezu Napoleońskiego Mosso, a jej partner odpowiedział przepyszными sałatkami i soczystą roladą drobiową.

Główna idea została następnie przełożona na **formaty statyczne i animowane w digitalu** oraz **formaty instore przy półkach sklepowych**. Przekaz dopełniały dodatkowe linie kreatywne przypominające o benefitach majonezu Mosso w tradycyjnych zastosowaniach.

Ruch kierowany był do dedykowanego LP kampanii w serwisie **sze fsmaku.pl**, gdzie można znaleźć ciekawe przepisy kulinarne z użyciem także innych produktów marki Mosso.



Kampania omnichannel prowadzona była w okresie 21.03 - 16.04.2022 r.

Display Programmatic

(portale zasięgowe, serwisy tematyczne, lifestyle, wortale)

130% emisji odston



Video Online Programmatic

(VOD, portale, YT, mobile video, rich media video)

100% emisji wideo



Trade Digital

(Listonic, Moja Gazetka, Grocery)

470% kliknięć



Expand Video

(interaktywny format angażujący)

103,58% interakcji



Formaty natywne

(display natywny, quiz ad display i video)

113% kliknięć



Mobile

(serwisy tematyczne kulinarne, lifestyle, wortale, aplikacje kulinarne, rich media)

121% kliknięć



Trade Marketing

(Stopper i Led Stopper w sieciach Auchan, Carrefour i Kaufland)



Narzędzia

Wyniki kampanii

Kampania osiągnęła bardzo duży zasięg w grupie celowej (ok. 6 000 000 UU), docierając różnymi touchpointami zarówno w digitalu, jak i offline np. in-Store w sklepach.



Średni czas sesji
na www
6 minut



Współczynnik
odrzuceń
30%



Sesje z urządzeń
mobilnych
ok. 80%



Viewability
85%



Obecność przy półce
w sieciach handlowych
**Kaufland,
Carrefour, Auchan**

~ 4 000 000
emisji video spotu

~ 21 000 000
emisji banerów display

~ 4 600 000
emisji reklamy natywnej

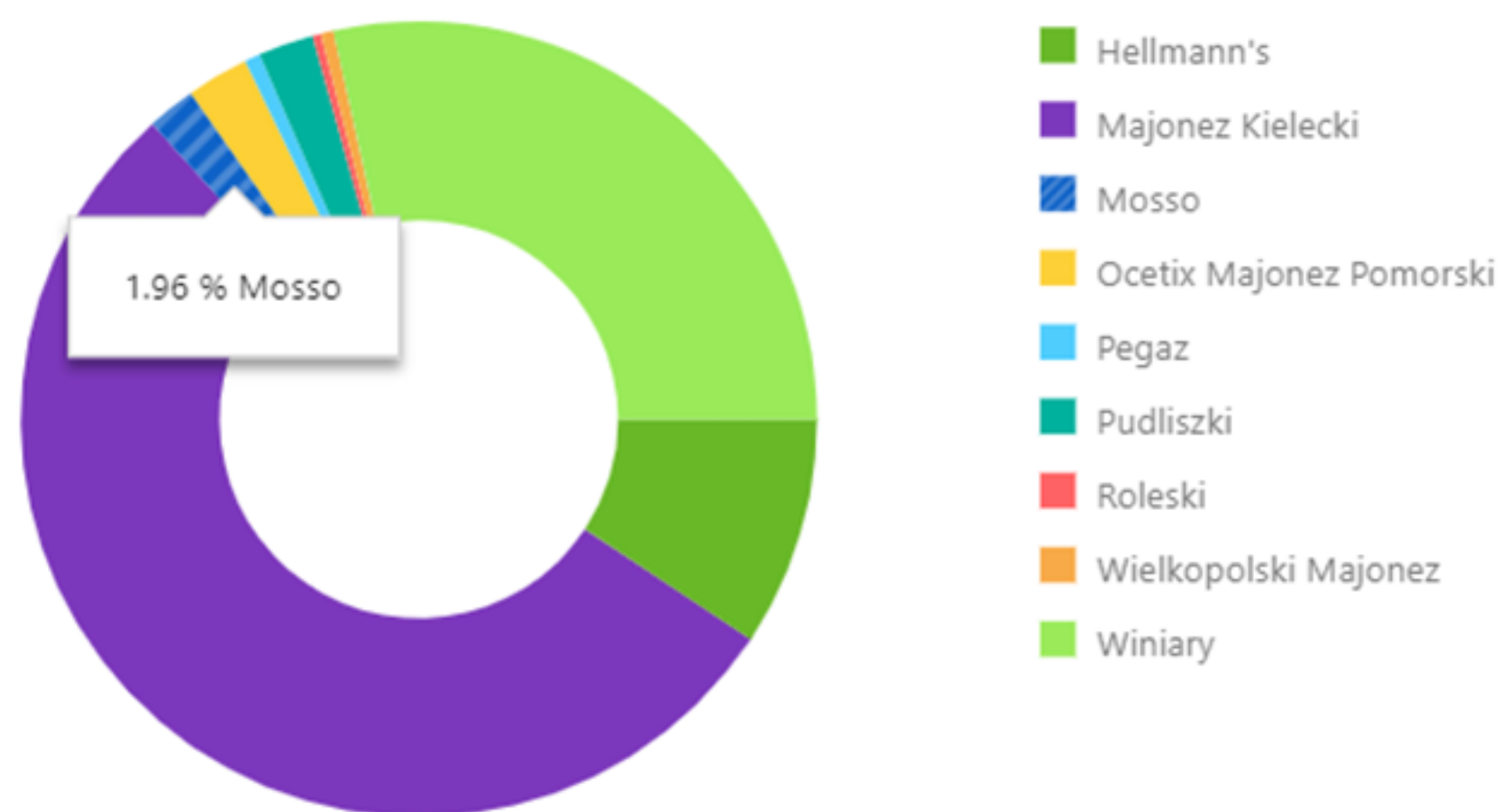
~ 800 000
emisji formatów Trade Digital

Podsumowanie kampanii Trade Digital

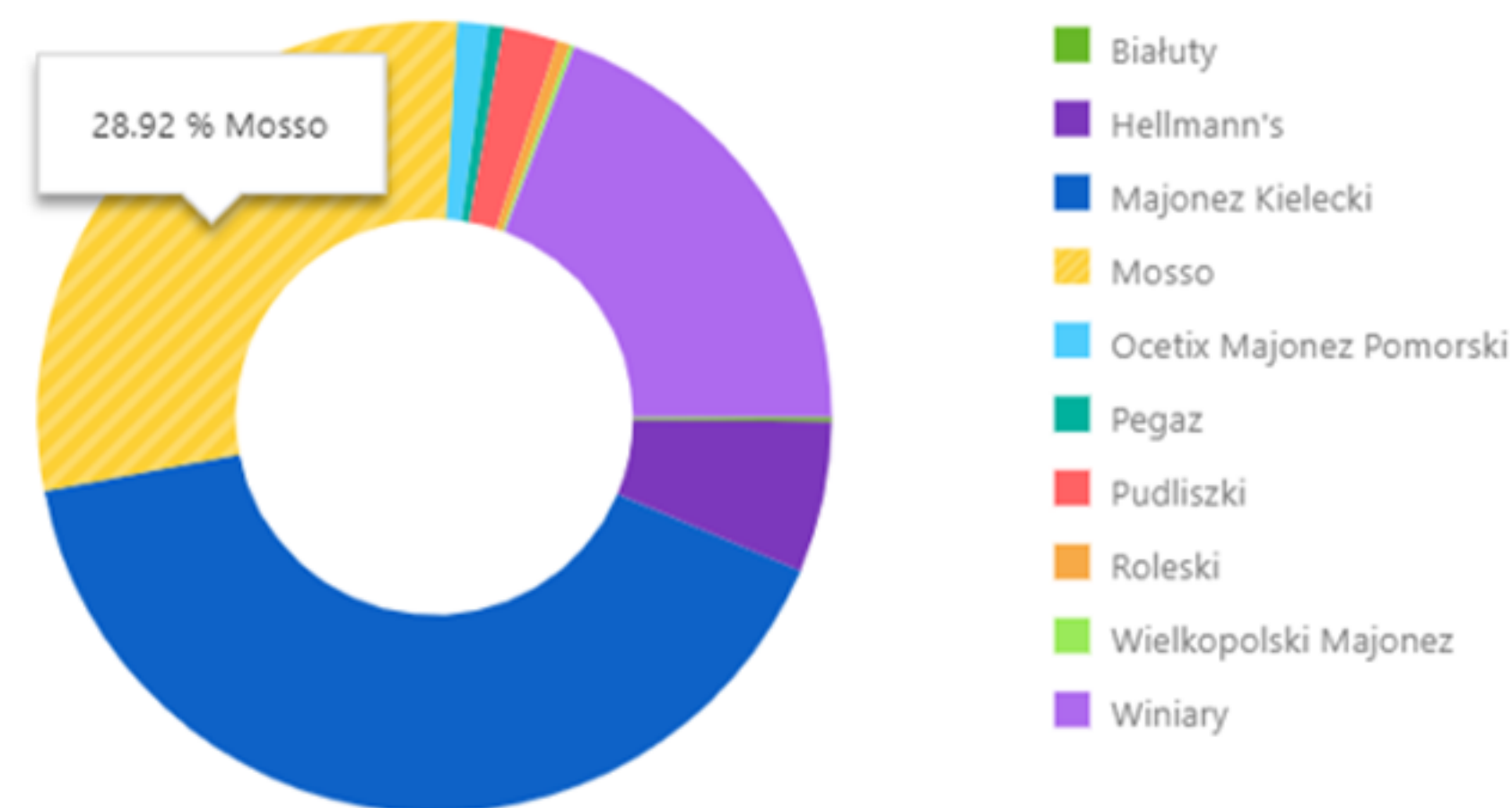
Wpływ kampanii na % udział marki w kategorii produktu na listach zakupów Listonic.

Udział marki Mosso na listach zakupów Listonic w kategorii majonezy wzrósł o **+26,96 p.p.**

Udział marki Mosso w kategorii majonezy na listach zakupów Listonic - przed kampanią 28.03.2022



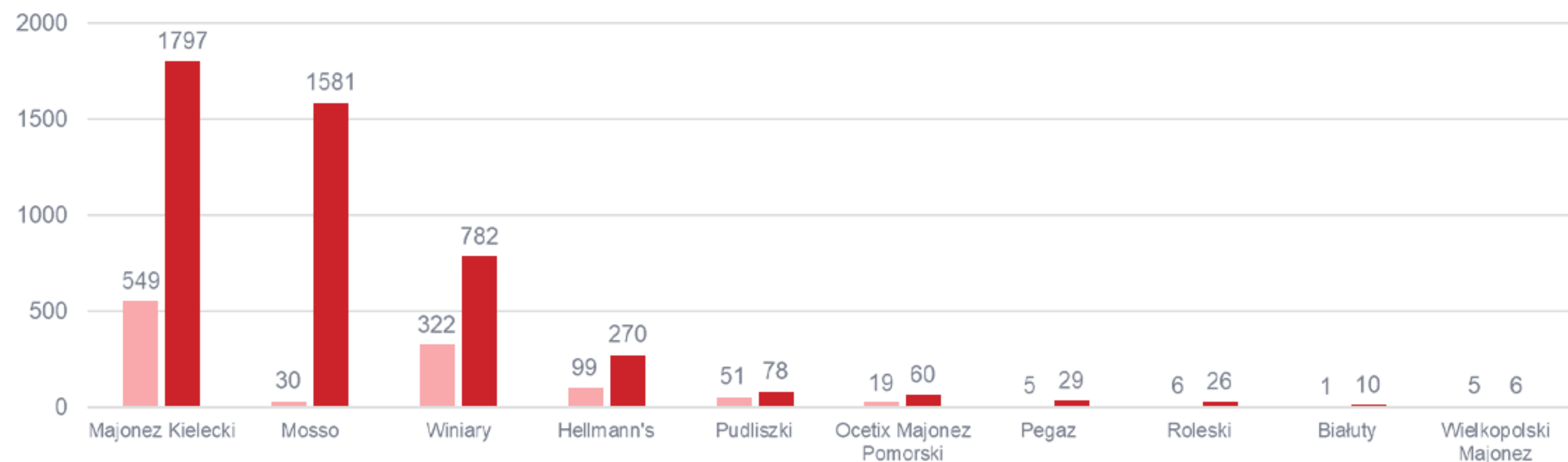
Udział marki Mosso w kategorii majonezy na listach zakupów Listonic - po kampanii 18.04.2022



Podsumowanie kampanii Trade Digital

Wpływ kampanii na **bezwzględną liczbę dodań produktu** na listach zakupów Listonic.

Liczba dodań majonezu Mosso oraz marek konkurencyjnych do list zakupów Listonic przed i w trakcie kampanii (analiza okresu 15 dni w trakcie i 15 dni przed kampanią)

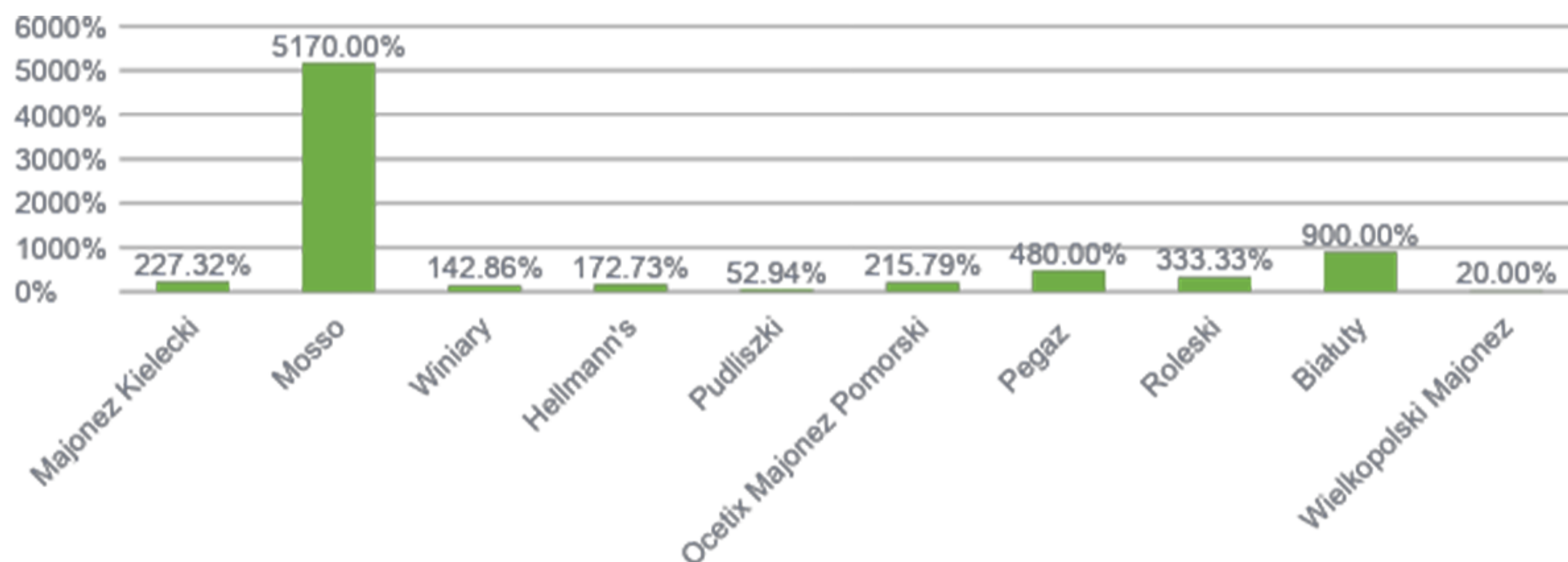


■ Liczba dodań majonezu Mosso oraz marek konkurencyjnych do list zakupów Listonic przed kampanią (analiza okresu 15 dni) - 17.03 - 31.03.2022

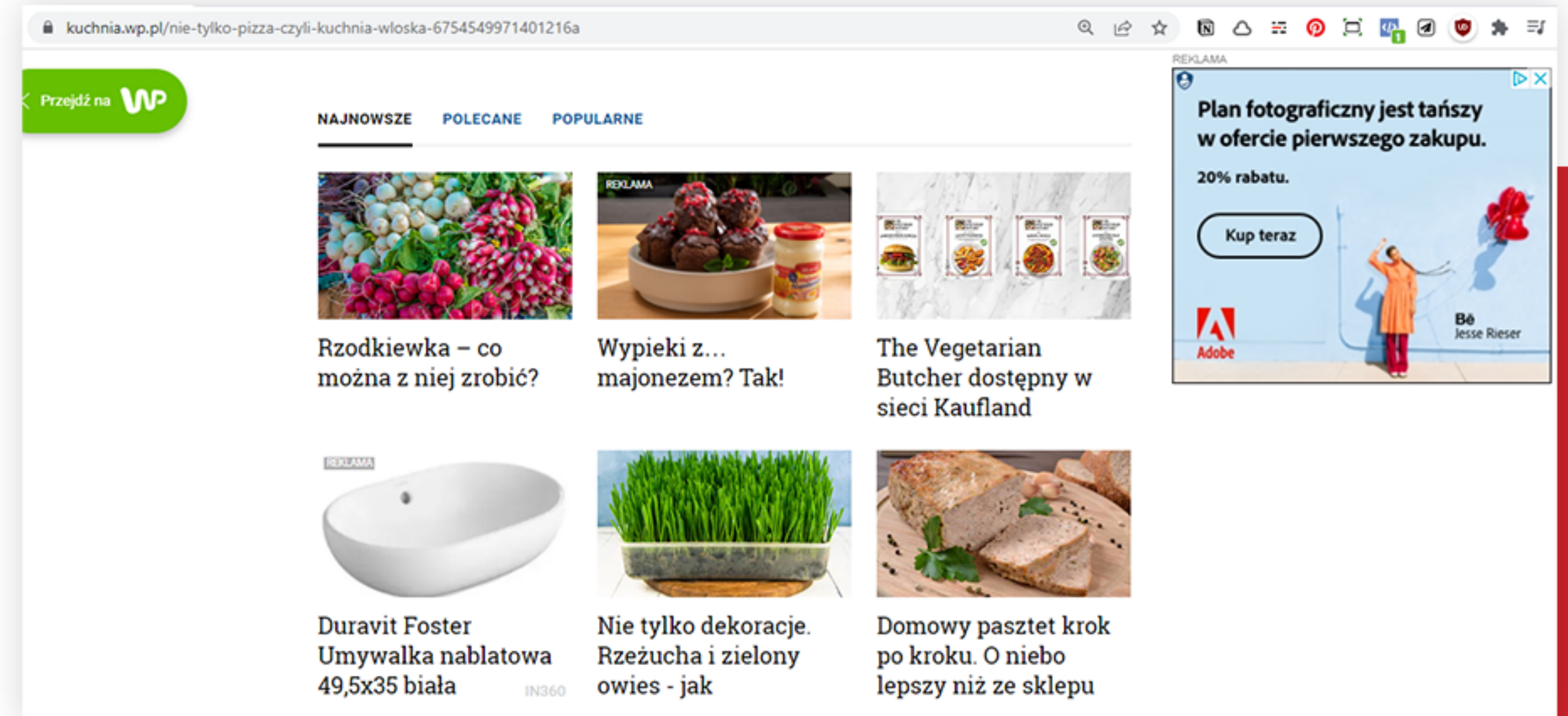
■ Liczba dodań majonezu Mosso oraz marek konkurencyjnych do list zakupów Listonic w trakcie kampanii (analiza okresu 15 dni) - 01.04 - 15.04.2022

Podsumowanie kampanii Trade Digital

Wzrost/spadek liczby majonezu różnych marek na listach zakupów Listonic w trakcie vs przed kampanią majonezu Mosso



Przykłady emisji



Przykłady emisji

Mosso

Puszyście się wypieczę...

...bo jesteś szefem kuchni w Twoim domu!

Sprawdź >

Przepisy na przekąski

czytamy w "Sport Expressie". **Rosjanie** zastanawiają się, jaki był tego powód. Co znamienne, nie wpadli na to, bo pewnie wpaść nie mogli, że powodem jest inwazja na Ukrainę.

Reklama.

Mosso

...bo jesteś szefem kuchni w Twoim domu!

Sprawdź >

12:12 Pn
Kliknij i sprawdź!
31.03 - 6.04

01/56 Zmień

Kaufland GDZIE WIELKI NAŚ

OD CZWARTEK 31.03 DO ŚRODY 05.04

OD CZWARTEK 31.03 DO ŚRODY 05.04

200 g

faciate

100 zł

28% -6.94

4,99

5 sat.

30%

5,99

21% -6.99

29,99

www.kaufland.pl

12:59

Sobotnie

- makaron świderki
- kurczak
- jajka
- Majonez Napoleński Mosso, Z olejem rzepakowym własnej produkcji!
- soczewica
- cukier waniliowy
- spód do ciasta

DODAJ

13:14

Do kuchni

- ostrzałka do noży
- woda
- Majonez Napoleński Mosso, Gwarancja smaku przekąsek!
- groszek
- młoda marchewka
- jajka

DODAJ

Zakup pów

Ciesz się pyszną sałatką

szefimaku.pl >

abananana
A D V E R T I S I N G



GRUPA