Chio Mozdulj Gamer

Kommunikációs kampány

Magyar Public Relations Szövetség
Sándor Imre Díj 2016
Pályázat

A pályázott kategória:
Kommunikációs kampány

Az ügyfél iparága:
FMCG

A pályázati anyag címe:
Chio Mozdulj Gamer kommunikációs kampány

A pályázott kommunikációs program személyi felelőse:
Bedy Krisztina, ügyvezető igazgató

Az ügynökség neve:
Avantgarde Public Relations Kft.

Kontaktszemély elérhetősége:

Bedy Krisztina
ügyvezető igazgató

Tel.: 36 1 476 3535
Mobil: 36 30 841 5031
Fax: 36 1 476 3529
E mail: krisztina.bedy@avantgarde.hu
www.avantgarde.hu

AVANTGARDE GROUP

Alaphelyzet bemutatása

- Az Instersnack Magyarország Kft. hazánkban piacvezető a sós snack termékek kategóriájában, legismertebb márkája a Chio.
- A vállalat a klasszikus marketingtevékenységekkel erős márkaimázst tudott felépíteni a gyerekek és a felnőttek körében, azonban **a tizenéves korosztályhoz nem találta meg az utat**. Ez a célcsoport nehezen érhető el a hagyományos médiumokon keresztül, és rendkívül kritikus a reklámokkal szemben.
- Ügynökségként azt javasoltuk, hogy a világszerte egyre népszerűbb videojátékos szubkultúrára építsük fel a kampányt, és a Mozdulj Gamer mozgalmat építsük fel, töltsük meg valós tartalommal.

Mi a Chio Mozdulj Gamer?

- A PlayIT az ország legnagyobb gamer rendezvénysorozata, 60 ezer fiatal vesz részt a programokon. Az évente öt alkalommal országos helyszíneken megtartott PlayIT rendezvényeken van egy rész, ahol sportolhatnak a látogató fiatalok, asztalitenisz, kosárlabda, lasertag stb. várja őket a helyszíneken. Ez a Mozdulj Gamer.
- A mozgalom ugyanakkor ennél több, hiszen a PlayIT rendezvényeken kívül vannak különálló programjai is minden hónapban. A GameStar magazin rendszeresen hírt ad a sportprogramokról.
- Ehhez kapcsolódott szponzorként a Chio, hogy nagyobb életet adjon a kissé alvó mozgalomnak.

Nyilatkozat

Ugyan a program alapötlete már adott volt, de nem működött aktívan, annak koncepcionális továbbfejlesztésében, tartalommal való megtöltésében és népszerűsítésében jelentős szerepet vállalt az ügynökség. Ennek köszönhetően a Chio Mozdulj Gamer mozgalom egy szűk rétegnek szóló rendezvénysorozatból alig fél év alatt országos sport- és egészségprogrammá nőtte ki magát.

Kommunikációs kihívások

- Legnagyobb kihívásunk az volt, hogy megindokoljuk, miért támogat a Chio egy egészséges életmódot népszerűsítő programot.
- Úgy kellett a márkát a programhoz kötni, hogy az hiteles legyen, és ne váltson ki visszatetszést a kritikus tinédzser korú célközönségünkben.
- Ezzel a célközönséggel kommunikációs programot még nem csináltak Magyarországon, nincsenek tapasztalatok.
- A Mozdulj Gamert csak azok ismerték, akik rendszeresen látogatták a PlayIT eseményeket, a nagyközönség előtt azonban ismeretlen volt ez a program.
- A mozgalomnak volt már egy microsite-ja és Facebook oldala 1800 követővel, ezeken azonban minimális volt a látogatottság és az aktivitás.

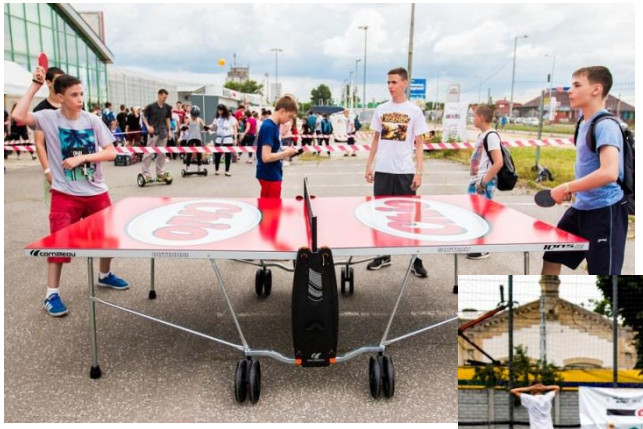
Chio

A PLAYIT SHOW és a GameStar bemutatja

MOZDULJ GAMER MOZGALOM

Célok

- A Chio Mozdulj Gamer célja, hogy a sportolást, a szabadidős tevékenységeket népszerűsítse, összekapcsolja a márkát a sporttal, és az élménnyel.
- Az edukációs kampánnyal azt szeretnénk megmutatni a gamereknek, hogy a Chio milyen sokat tesz azért, hogy megismerje és elfogadja őket a társadalom. Bízunk benne, hogy ezáltal a Chio márka még kedveltebb lesz a játékosok körében.



Célcsoportok

- Elsődleges célcsoport: 14-25 év közötti fiatalok, akik játszanak valamilyen számítógépes játékkal
- Másodlagos célcsoport: a játékosok szülei, tanárai

Stratégia

- **A mozgalommal kettős célunk volt:**
  - Egészséges életmódra ösztönözni a játékosokat
  - Lebontani velük szemben a társadalmi előítéleteket, ezáltal népszerűvé tenni a Chio márkát.

- **Hogyan tudjuk rávenni a gamereket a mozgásra?**
  - Bevonjuk az általuk véleményvezérnek tekintett youtubereket, gamereket
  - Élményként, játékos formában tálaljuk a sporttevékenységeket
  - Tudatosítjuk bennük, hogy a számítógép előtt töltött idő káros hatásait sporttal ellensúlyozhatják

- **Hogyan küzdünk a gamerekkel szembeni előítéletek ellen?**
  - Segítünk a szülőknek megismerni a videojátékok világát, és ezáltal megérteni a gyerekük játszási szokásait
  - Bebizonyítjuk, hogy a közhiedelemmel ellentétben a gamerek többsége szeret sportolni
  - Megmutatjuk, hogy a játékokkal milyen készségeket lehet fejleszteni

Üzenetek

Szülők felé:

- Ha szeretnénk megérteni a gyerekünket, akkor beszélgessünk vele a videojátékokról
- A játékkal töltött idő nem haszontalan, mert fejleszti a gyerek készségeit: szem-kéz koordináció, gondolkodás, csapatmunka, stb.
- Ahogy a táplálkozásnál, a lényeg itt is az egyensúly: amennyi időt tölt a gép előtt, annyit sportoljon is

Gyerekek felé:

- Légy megállíthatatlan online és offline is – amennyit játszol, annyit sportolj!
- Ha eleget sportolsz, akkor a játékokban is jobban tudsz majd teljesíteni
- A mozgás mellett fontos az is, hogyan táplálkozol – a magvak, aszalt gyümölcsök segítenek, hogy fenntartsd az energiaszintedet játék közben

Stratégia megvalósítása

Események:

- Debrecen PlayIT – árpilis 30.
- Szeged PlayIT – június 4.
- Vízipisztoly csata
- Pécs PlayIT – szeptember 10.

Egyéb aktivitások:

- Online kutatás
- Vlogger együttműködések
- Médiapartnerségek
- Social media jelenlét

Vlogger együttműködések

- Minden eseményre meghívtunk egy internetes véleményvezért, aki rengeteg rajongóval, aktív Facebook, Youtube és Instagram csatornával rendelkezik.
- Dolgoztunk együtt Pamkutyáékkal, Szalay Istivel és Unfielddel, majd szeptembertől kezdve állandó vloggerünkkel, Goodlike-kal.
- Fontos volt számunkra, hogy az interneten népszerű gamerek ne csak a számítógépek előtt, hanem a való életben is megmutassák, hogy mire képesek. Ők egymás ellen, vagy a rajongóik ellen próbálhatták ki a sportokat, játékokat.

Pamkutya
207k követő a Facebook-on
428K feliratkozó a Youtube-on
Több mint 8,4millióan látták a legnépszerűbb videójukat a Youtube-on

Szalay Isti
59k követő a Facebook-on
214K feliratkozó a Youtube-on
Több mint 300 ezren látták a legnépszerűbb videóját a Youtube-on

Unfield
139k követő a Facebook-on
362K feliratkozó a Youtube-on
Több mint 900 ezren látták a legnépszerűbb videóját a Youtube-on

Goodlike
104k követő a Facebook-on
256K feliratkozó a Youtube-on
Több mint 148 ezren látták a legnépszerűbb videóját a Youtube-on

Médiapartnerségek

- **Gyerekek felé:** a Chio Mozdulj Gamer médiapartnere a GameStar magazin, amelynek online felületein havi 3-4, nyomtatott változatában pedig minden hónapban 1-2 oldalas cikkeket jelentettünk meg a mozgalom programjai kapcsán.
    - Vlogger interjúk életmód témában, esemény beszámolók
    - 4 oldalas összefoglaló cikk a kutatásról (lásd később)

Extra life
VAJON MENNYIT MOZOG EGY JÁTÉKOS?

Chio Mozdulj Gamer Kutatás

VAJON MENNYIT MOZOG EGY JÁTÉKOS?

KICSIT KÖZELEBB KERÜLTÜNK AHHOZ, HOGY MEGTUDJUK, MIVEL JÁTSZOTOK, ÉS EMELLETT MIRE SZÁNTOK MÉG SZÍVESEN IDŐT

Extra life
VÍZIPISZTOLYCSATÁVAL ZÁRTUK A NYARAT

Szem nem maradt szárazon

VÍZIPISZTOLYCSATÁVAL ZÁRTUK A NYARAT

Extra life
CHIO MOZDULJ GAMER SZEGEDEN

Chio Mozdulj Gamer Szegeden

LEGYEN TÁNC A TISZA PARTJÁN IS!

Médiapartnerségek

Szülők felé: kiválasztottunk néhány portált és blogot, amelyet a kamasz gyerekek szülei gyakran olvasnak (NLC.hu, Anyakanyar, Kölöknet). Ezeken cikksorozatot jelentettünk meg, amelyben útmutatót adtunk a szülőknek, hogyan érthetnek szót gamer gyerekeikkel.

- Hogyan legyél menő gamer anyuka?
- A gyerek és a videojátékok: beszólsz vagy beszállsz?
- Többet sportolnak azok, akik számítógépen játszanak

Social Media jelenlét

- A program indulásakor kezelésbe vettük a Mozdulj Gamer Facebook oldalát is, amelynek köszönhetően a rajongók száma 1800-ról 12.000-re emelkedett 5 hónap alatt. Májusban létrehoztuk a mozgalom Instagram oldalát is, ahol jelenleg 600 követőnk van.
- A közösségi média kampányban aktívan kivették a részüket a vloggereink is: minden program előtt vagy beharangozó videót vagy beharangozó Facebook posztot készítettek, az események közben folyamatosan posztoltak Facebookon és Instagramon.
- Ezeket a posztokat megosztottuk a Chio Mozdulj Gamer, a GameStar és a PlayIT social media csatornáin is.

Debreceni PlayIT – április 30.

Debreceni PlayIT

- A Chio Debrecenben debütált, mint a Mozdulj Gamer új szponzora, ezért szerettünk volna egy nagy és látványos programmal nyitni. Megkerestük Pamkutyát, azaz Bélát és Pistit, akik Magyarországon az egyik legnézettebb YouTube csatornáját készítik.
- Az ő részvételükkel szerveztünk egy lasertag párbajt, ahol tömött sorokban álltak a fiatalok csak azért, hogy együtt játszhassanak velük.
- A párbajról videó is készült, ami a Facebookon 53 ezer megtekintést ért el.

Szegedi PlayIT – június 4.

Szegedi PlayIT

- Legközelebb június 4-én, Szegeden mozgattuk meg a Gamereket. Itt már pingpong asztallal, kosárpalánkkal, hoverboarddal és JustDance párbajjal is készültünk.
- Erre az eseményre Szalay Istit és Unfieldet hívtuk el, akik a jelenlévőkkel és egymás ellen is Just Dance párbajt vívtak. A két videós srác egyébként is jóban van, így rajtuk keresztül azt is meg tudtuk mutatni, hogy barátokkal még szórakoztatóbb lehet a sport.
- Mindketten készítettek egy-egy beharangozó videót, amit a Youtube csatornájukra fel is töltöttek, és az esemény után is készült az egész rendezvényről egy videó, amit a Facebookon több mint 67 ezren tekintettek meg.

Facebook játék

- A szegedi esemény után pár nappal játékot hirdettünk a Facebookon: kisorsoltunk egy-egy Szalay Isti és Unfield bögrét azok között, akik betagelték kommentben azt a barátjukat, akivel a legszívesebben játszanak.

Elérés: 32.000
Hozzászólások: 358

Vízipisztoly csata – augusztus 27.

Vízipisztoly csata

- Nyáron sem hagytuk pihenni a gamereket, egy igazán egyedi rendezvényt szerveztünk a számukra. Egy vízipisztoly csatára invitáltuk őket a Millenáris Parkba, ahol több mint 350-en gyűltek össze.
- A programra a Barátok Közt sztárját, Nyári Diánát hívtuk meg, aki örömmel csatlakozott hozzánk.
- Az eseményen megjelent a HírTV, az ATV és a Story extra stábja, így több mint 2 millió forint értékű megjelenést jelentett nekünk ez a három televíziós megjelenés.
- Kint volt a Szeretlek Magyarország fotósa is, aki egy elképesztő fotósorozattal lepett meg bennünket.

Pécsi PlayIT - szeptember 10.

Pécsi PlayIT

- Legutóbbi rendezvényünkön a megszokott programok mellett biciklis akadálypályán próbálhatták ki a gamerek az ügyességüket.
- Szeptembertől kezdve a Chio Mozdulj Gamer arca lett Goodlike, az egyik legtöbb követővel rendelkező magyar youtuber, így egyértelmű volt, hogy ő lesz az esemény egyik főszereplője. Mellette szerettük volna, ha egy Pécshez kötődő híresség is versenyez a Chio Mozdulj Gamer színeiben.

Pécsi PlayIT

- A pécsi sportegyesületen keresztül meghívtuk a rendezvényre Kenderesi Tamást, riói bronzérmes olimpikonunkat, aki őszinte és közvetlen stílusával hamar népszerűvé vált.
- A fiatal vlogger és az olimpikon előbb pingpongban, majd JustDance párbajban mérkőzött meg egymással.
- A szünetekben mindkettőjüket megrohanták a rajongók, aláírásért vagy közös fotóért. Goodlike aktívan posztolt a Facebookon és az Instagramon is, Tamással közös képüket rövid időn belül 6 ezren lájkolták.

Online kutatás

Online kutatás - kommentek

- *„Nem értem ezt a sztereotípiát, hogy a gamerek nem sportolnak, mozognak. Egyáltalán nem zárja ki a játék a testmozgást egy ember életéből. A sport egy egyéni döntés amit semmiben sem befolyásol az, hogy az illető játékos, vagy sem.”*

- *„Sehol sem tudtam megjegyezni, de a Leauge of Legends c. játékban találkoztam a barátnőmmel. Többségében vele játszom és élvezem a játékot ahogyan van, akár nyerünk akár vesztünk. Érdemes így játszani.”*

- *„Szuper, hogy nem feledkeztek meg a játékosokról és a sportról sem. Talán ez sokakat mozgásra bír és kicsit én is számot vetettem a felett, hogy miből mennyit is csinálok. Szóval köszönjük a Gamerek és a Sportolók nevében is :)”*

- *„Több ilyen kérdőívet kéne csinálni és ennek eredményét kiterjeszteni a címlapokra, hogy megismerjék az emberek akik nem játszanak (pl szülők) , hogy nem csak negatív oldala van a számítógépes játékoknak.”*

Online kutatás

- Egy nagyszabású kutatást indítottunk azért, hogy feltérképezzük, mennyi a valóságalapja a gamerekről elterjedt sztereotípiáknak. Ezen belül is leginkább arra voltunk kíváncsiak, hogy van-e összefüggés a játék és a sportolási szokások között.

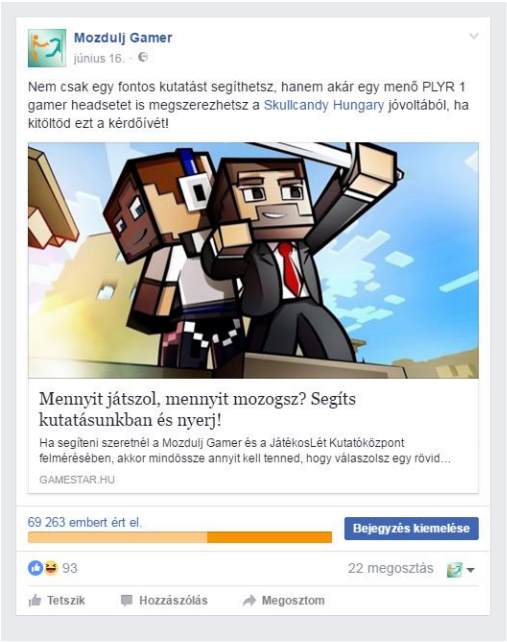
- A kutatásban szakmai partnerünk a JátékosLét Kutatóközpont volt, amelynek tagjai kifejezetten a játékokkal kapcsolatos pszichológiai, szociológiai jelenségeket vizsgálják.

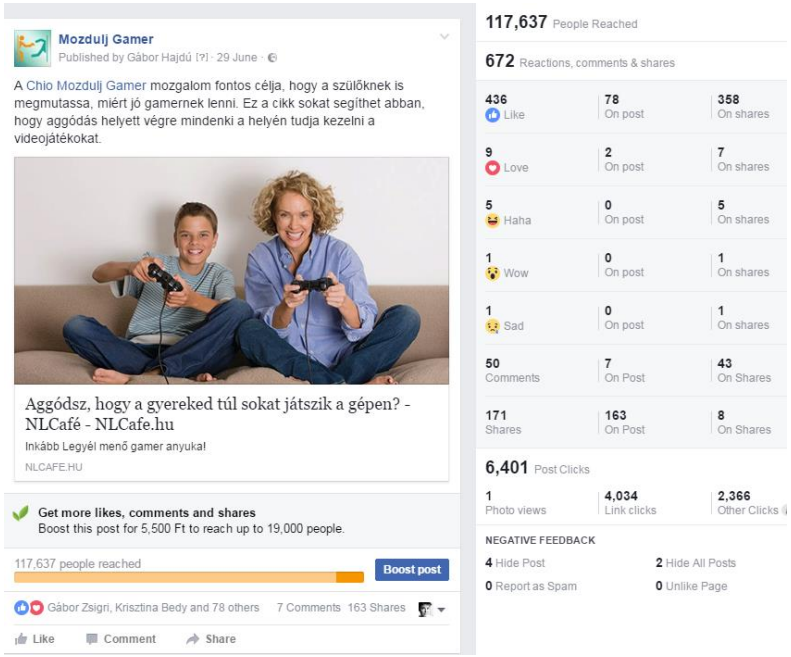
- A kutatást online formában publikáltuk a GameStar oldalán és a Facebookon. Még bennünket is meglepett, hogy 3 hét alatt több mint 8000 játékos töltötte ki a kérdőívünket, néhányan pedig kommentben bátorítottak minket a kutatás folytatására.

Online kutatás

- A válaszok elemzése során kiderült, hogy a játékosok többsége a közhiedelemmel ellentétben többet sportol, mint a kortársai. Az Eurobarometer 2014-es felmérésében a 15-24 évesek 64%-a sportol legalább hetente egyszer; a Chio Mozdulj Gamer kutatásában ez az arány 82% volt.

- A kutatás eredményeit sajtóközlemény és online cikkek formájában publikáltuk. Már az első Facebookos posztunk is rendkívüli érdeklődést váltott ki, a kommentek pedig megerősítettek bennünket abban, hogy egy fontos és releváns témára tapintottunk rá.





Online kutatás

A közleményből 42 megjelenés született, és többek között az Origo közölt egy hosszabb interjút a kutatás vezetőjével, Fromann Richárddal, az ATV és az M1 pedig reggeli hírműsorában számolt be a kutatás eredményeiről.

2016. augusztus 8.

Sokat sportoló „kockafejűek”

Ajánlom Az ismerőseid közül te lehetsz az első, aki ezt ajánlja.

MULTIMÉDIA. „Tönkre fogod tenni magad, ha egész nap a gép előtt ülsz” - ilyen és ehhez hasonló negatív megjegyzésekkel napi szinten találkoznak azok a fiatalok, akik szívesen töltik szabadidejüket számítógépes játékokkal. A Chio Mozdulj Gamer Mozgalom és a JátékosLét Kutatóközpont nagyszabású, 8000 fő részvételével készült kutatása arra kereste a választ, hogy igaz-e a „kocka” sztereotípia, vagyis tényleg jellemző-e a magyar játékosokra a mozgásszegény életmód.

Az eredmények egyértelműen cáfolták a közhiedelmet: míg a 15 évesnél idősebb magyar lakosság alig több mint fele (56 százalék) végez rendszeres testmozgást, addig a gamerek körében ez az arány kiugróan magas (82 százalék). A legaktívabb sportemberek között is nagyobb arányban találunk játékosokat: heti 4 alkalomnál többször a lakosság 15 százaléka, a gamereknek viszont 29 százaléka sportol. EKN

Ajánlom Az ismerőseid közül te lehetsz az első, aki ezt ajánlja.

Nem maradnak el az ötkarikás élmények a nyaralás alatt sem

Köstolom néven új mobilalkalmazás

ORIGO HÍREK PÉNZ MÉDIA SPORT TECH TUDOMÁNY AUTÓ KULT UTAZÁS GASZTRÓ

TECHBÁZIS

Az átlagnál többet sportolnak a játékosok

ORIGO | 2016.07.29. 13:00 10 KOMMENT

Szemben azzal, amit a társadalom gondol róluk, a számítógépes játékok kedvelői az átlagnál gyakrabban végeznek testmozgást. Ezzel megdől az egyik kockákkal kapcsolatos, régi sztereotípia.

ERRŐL TUDNIA KELL

Válik Angelina Jolie és Brad Pitt

Új fotó lehelt életet Loch Ness legendájába

Fontos bejelentést tett a KDNP frakcióvezetője

MOST

16:54 Válik Angelina Jolie és Brad Pitt

16:46 Nagy Ádámnak még szoknia kell, hogy üvegekkel dobálják

16:45 Szijjártó: Reális a veszély, hogy milliók indulnak meg Sziriából

16:36 Kell még néhány hét az ETO-nak, hogy formába lendüljön

16:25 Végig nyilvános helyen lógott egy elveszettnek hitt Vaszary-festmény

16:19 A magyar riporterpáros a nyilvános szoptatás mellett

16:14 Plüssállattal vigasztalódott az árva koalakölyök

16:00 Nem változott az alapkamat

TOP 12 ÓRA

TOP LIKE

Gyakran szembesülnek olyan megjegyzésekkel a játékosok, hogy túl sokat ülnek a gép előtt és nem mozognak. A Chio Mozdulj

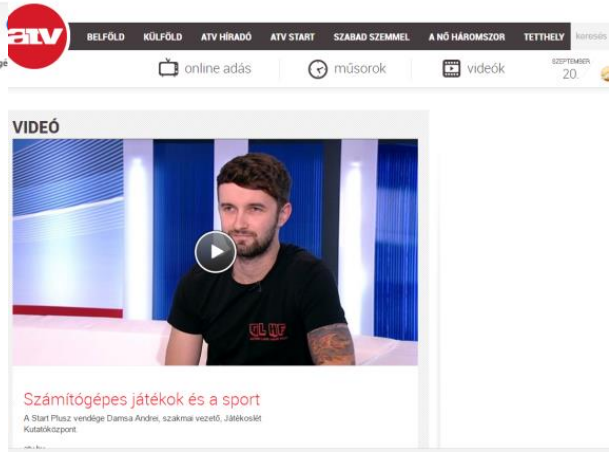
24 GÖDÖLLŐ FORMA-1 NÉPSZAVAZÁS 2016 NEW YORK VALÓ VILÁG 8 OTP NYUGDÍJ HERCZEG20

TECH 14

Nem igaz, hogy a kockák pattanásos, dagadt lúzerek!

Bátky Zoltán
TECH+ÚJSÁGÍRÓ ÉS ZENÉSZ 2016.07.31. 10:01

Egy friss felmérés szerint a társadalmi előítéletekkel szemben a számítógé
kedvelői az átlagnál gyakrabban végeznek (valódi) testmozgást.



ATV BELFÖLD KÜLFÖLD ATV HÍRADÓ ATV START SZABAD SZEMMEL A NŐ HÁROMSZOR TETTHELY keresés

online adás műsorok videók SZEPTEMBER 20.

VIDEÓ

Számítógépes játékok és a sport

A Start Plusz vendége Damsa Andrei, szakmai vezető, Játékoslét Kutatóközpont

Kapcsolattartás

„Az Avantgarde munkája áttörést hozott a Chio kommunikációjában. Zseniális ötleteket hoztak, hogyan lehetne a Chio márkának hitelesen és egyedülálló módon felkarolni egy fiataloknak szóló kezdeményezést. A Chio Mozdulj Gamer program segítségével egy régi álmunk teljesült, sikerül egy tizenéves, jól beazonosítható célcsoport számára olyan programokat biztosítani havi rendszerességgel, ami során élményt nyújtunk, felállítjuk őket a számítógép mellől, on-line és off-line kommunikálunk velünk. Követői bázisunk folyamatos gyarapodása a legjobb bizonyíték, hogy jó úton járunk. Mindez az Avantgarde lelkes és professzionális csapata nélkül nem tudna megvalósulni! ”

Korda Petra, Marketing vezető, Intersnack Magyarország

Eredmények

Mérési kritériumok:

- a social media aktivitások esetében a megtekintések és interakciók száma
- a sajtókommunikációban az elérés és a reklám-egyenérték (AVE)
- munkánk során a szóbeli és írásbeli visszajelzések, kommentek
- A Chio márka ismertsége, kedveltsége

Ügynökségi értékelés: A legnagyobb eredménynek azt érezzük, hogy az ügyfél a mi javaslatunkra ki merte próbálni magát egy számára és eddig minden más piaci szereplő számára ismeretlen terepen, mint a gamer világ. Reméljük, hogy sikerült meghálálnunk a bizalmat azzal, hogy hónapról hónapra színvonalas programokat állítunk össze, és olyan számokat produkálunk a közösségi médiában, amiken még a tapasztalt marketingszakemberek is meglepődnek.

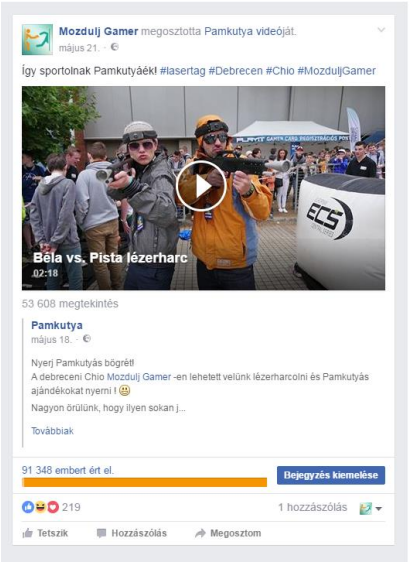
Eredmények – social media

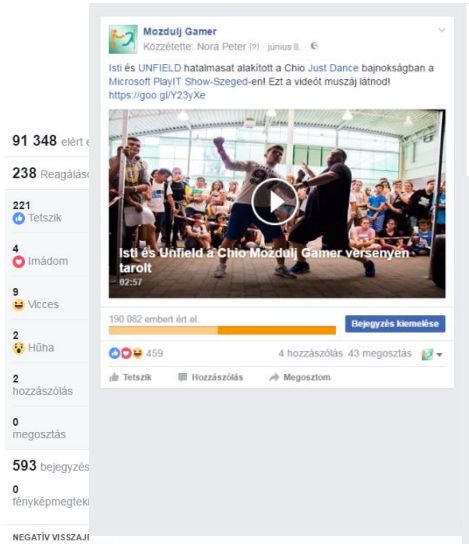
Pamkutya videó: 53.000 megtekintés és **219** like a Facebookon

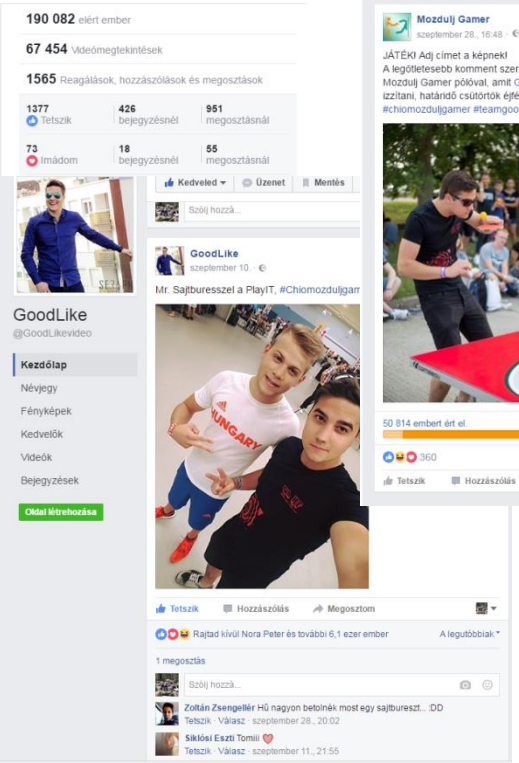
Szalay Isti és Unfield JustDance párbaj: 67.000 megtekintés és **459** like a Facebookon

Kenderesi Tamás és Goodlike fotó & videó: 6.000 like a Facebookon és **5.000** megtekintés a Youtube-on

NLC cikk: 117.000 megtekintés, **436** like, **171** megosztás, **50** komment







Eredmények - sajtókommunikáció

Vízipisztoly csata: **4.066.200 Ft** értékű médiamegjelenés

Kutatás: **42** megjelenés **9.768.00 Ft** értékben

Eredmények – visszajelzések

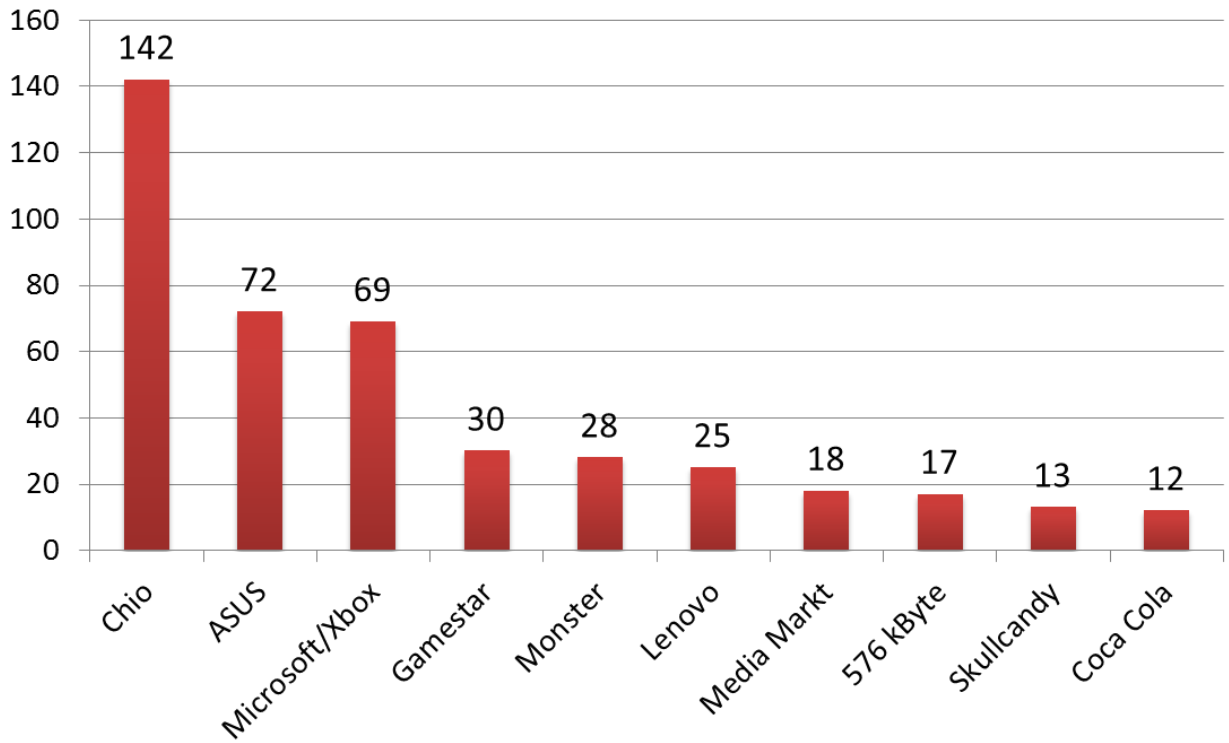
- *„Tetszik az elgondolás, hogy a Chio azaz egy chipsgyártó kíván információkat begyűjteni és feldolgozni a mozgási szokásainkról, ezzel együtt arról is, mennyire vagyunk egészségesek. Ez lehet hogy ellentétet állít, de sokkal inkább becsülendő, mint elítélendő”* – névtelen komment a kutatásból.

Eredmények - márkakedvelés

A programok helyszínein hostessek segítségével kérdeztük a résztvevőket a márkapreferenciáikról, hogy mérni tudjuk a Chio népszerűségének alakulását.

Kérdés: Fel tudsz sorolni olyan márkákat, amelyek támogatják a gamer közösséget?

(2016. június – szeptember, helyszíni saját felmérés, spontán említések)



Folytatási lehetőségek

- Októberben egy személyre szabott edzésprogramot indítunk Goodlike számára, edzője Schönekker László, a BiotechUSA hivatalos testkultúra szakértője lesz. Goodlike nemrégiben egy műtéten esett át, amelynek során egy fémlemezt távolítottak el a mellkasából, ami miatt eddig nem sportolhatott. Az edzések során különböző sportokat fog kipróbálni, ezeket videókon keresztül fogjuk bemutatni.

- November 26-án lesz a budapesti PlayIT esemény, ahol a Walking Dead c. sorozat körüli hype-ot felhasználva szerezünk egy zombi futást. Terveink szerint hírességek is részt vesznek majd, akiket szörnyeknek fogunk maszkírozni.

- Hosszú távú terveink között szerepel, hogy Magyarországra hívjunk egy nemzetközi szinten elismert eSportolót.