

Kund: Svenska Hip Hop galan 2004

Kontaktperson: Charlie Attariani, projektledare

Plats: Knutpunkter för ungdomar i centrala Malmö

Tid: Vecka före gala



Kampanjens syfte

Att marknadsföra Hip Hop-galan gentemot ungdomar på platser där de rör sig utomhus. Crowds mobila reklamekipage skulle vara ett förstärkningsmedium för att spetsa informationen veckan innan galan. I mediemixen ingick även dagstidning, brickunderlägg på Mc Donalds och radio.

Kampanjens genomförande

Trafikerad och parkerad annonsering i anknötning till lokala knutpunkter för ungdomar, till exempel skolor, torg, buss- och tågstationer.

Crowds personal delade ut flyers med information om hip hop-galans artister och andra händelser under galan. På affischerna fanns samma budskap.

Varför valde ni Crowd?

– Mediet är perfekt och andas Hip Hop tycker jag. Det är som "mini hummers" och väcker helt rätt reaktioner hos ungdomarna. Ekipagen kan också röra sig precis där ungdomarna rör sig, säger Charlie Attariani, projektledare för Hip Hop-galan.

Vilken respons gav kampanjen?

– Vi märkte en direkt ökning av biljettförsäljningen efter att ekipagen varit ute, säger Charlie Attariani.