

Kund: Galleri Storgatan i Malmö

Kontaktperson: Viktoria Lindh och Catrina Caesar, Centrumledare

Plats: Centrala Malmö, koncentrerat till närområdet kring Galleri Storgatan

Tid: Fre den 20 t.o.m. lör den 21 maj, samt ons den 25 maj 2005

Kampanjens syfte

Syftet var att marknadsföra ett nytt fenomen i svensk köpkultur: Night Club Shopping (som hölls tors den 26 maj), med kvällsöppna butiker ackompanjerade av levande musik, tilltugg, dricka och mingel.

På grund av alkohollagar och bestämmelser kring utskänkning behövde målgruppen även informeras om att de behövde registrera sig i förväg för att få komma.

Kampanjens genomförande

Två ekipage trafikerade närområdet. Periodvis ställdes ekipagen upp som blickfång och informationstavla framför gallerian. Förutom förarna stod två extra personer hela tiden framför Galleri Storgatan och delade ut flyers och svarade på frågor om kvällen samt informerade om hur det gick till att registrera sig (på Galleri Storgatans hemsida).

Varför valde ni CROWD?

– Vi jobbar med Crowd i andra sammanhang, så valet var inte så svårt i det här fallet. Det passade även bra att använda ett nytt och annorlunda medium nu när vi ville marknadsföra ett nytt och annorlunda fenomen. Ekipagen kunde också röra sig i gallerians närhet, så om någon till exempel undrade var evenemanget skulle hållas var det lätt att förklara och lätt för personerna att titta in och bilda sig en uppfattning på förhand.

