

NETFLIX

Tak si ma už pusti!

Patrik Zelenák

Hlavná myšlienka kampane

- Cieľová skupina: mladí ľudia – 25-35 rokov
- Krátkymi posolstvami jednoducho a zrozumiteľne oboznámiť ľudí so službou Netflix
- Využívať „jazyk mladých“, postavy zo seriálov a filmov, výhody a silu značky Netflix
- 3 média: YouTube, Outdoor, Web Banner

YouTube

- Jedno z najslavnejších a pre mladých aj najatraktívnejších médií na svete
- Krátke spoty (do 10 s)
- Využitie cielenia na mužov a ženy
- Odlišný spot v strede videa

- Cielenie na mužov:

„Daredevil je slepý, ty ho však sledovať môžeš! Na Netflixu.“

- Cielenie na ženy:

„Niektoré ženy zachraňujú svet, ostatné ich sledujú s vyloženými nohami v obývačke. Na Netflixu.“

- V strede videa:

„Zas tá reklama! Na Netflixu by sa ti to nestalo. A prvý mesiac zadarmo!“

Outdoor

- Zastávky MHD, bannery v podchodoch, atď.
- „Ušiel ti bus? Pohoda, na Netflicxe ti seriál neujde!“
„Meškáš? Pohoda, svet sa nezrúti ako DOM z KARIET!“
„Na vyriešenie záhady, čo robiť po práci, nemusíš byť Sherlock.“
„Nekukaj sem! Radšej skús Netflix na mesiac zadara!“

Meškáš?

Pohoda,
svet sa nezrúti ako
DOM z KARIET!

House of cards

NETFLIX

Ušiel ti bus?

Pohoda,
na Netflike ti seriál
neujde!

NETFLIX

Web Banner

- Rovnaký text ako pri Outdoor reklame

Ďakujem!