



Interaktivní hra in-stream



Klient: **T-Mobile a.s.**



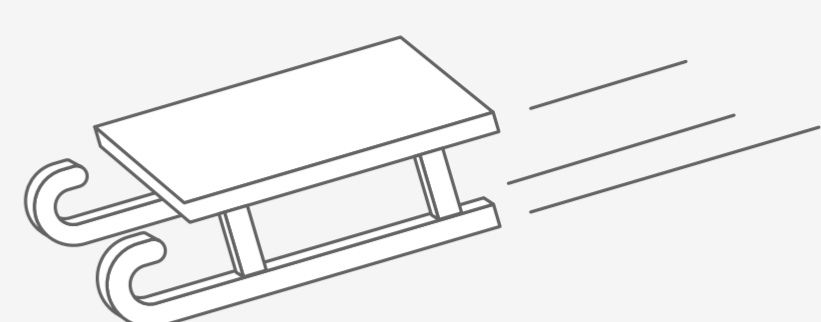
Provedení: **MediaCom Praha s.r.o.**

” T-Mobile přišel s vánočním překvapením. Namísto tradiční reklamy se vydal cestou hravého videoformátu, do kterého se lidé mohli zapojit zábavným a interaktivním způsobem. Jezdili se sáňkami, sbírali body a vyhýbali se překážkám. Po dohrání se také mohli dozvědět více informací o aktuální kampani.

Hra běžela od 10. prosince do Štědrého dne na Novinky.cz. Využili jsme pro ni interaktivních možností formátu Game in-stream.



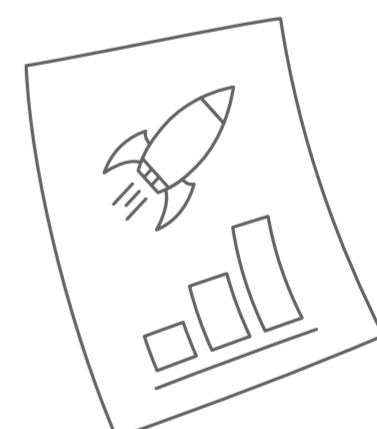
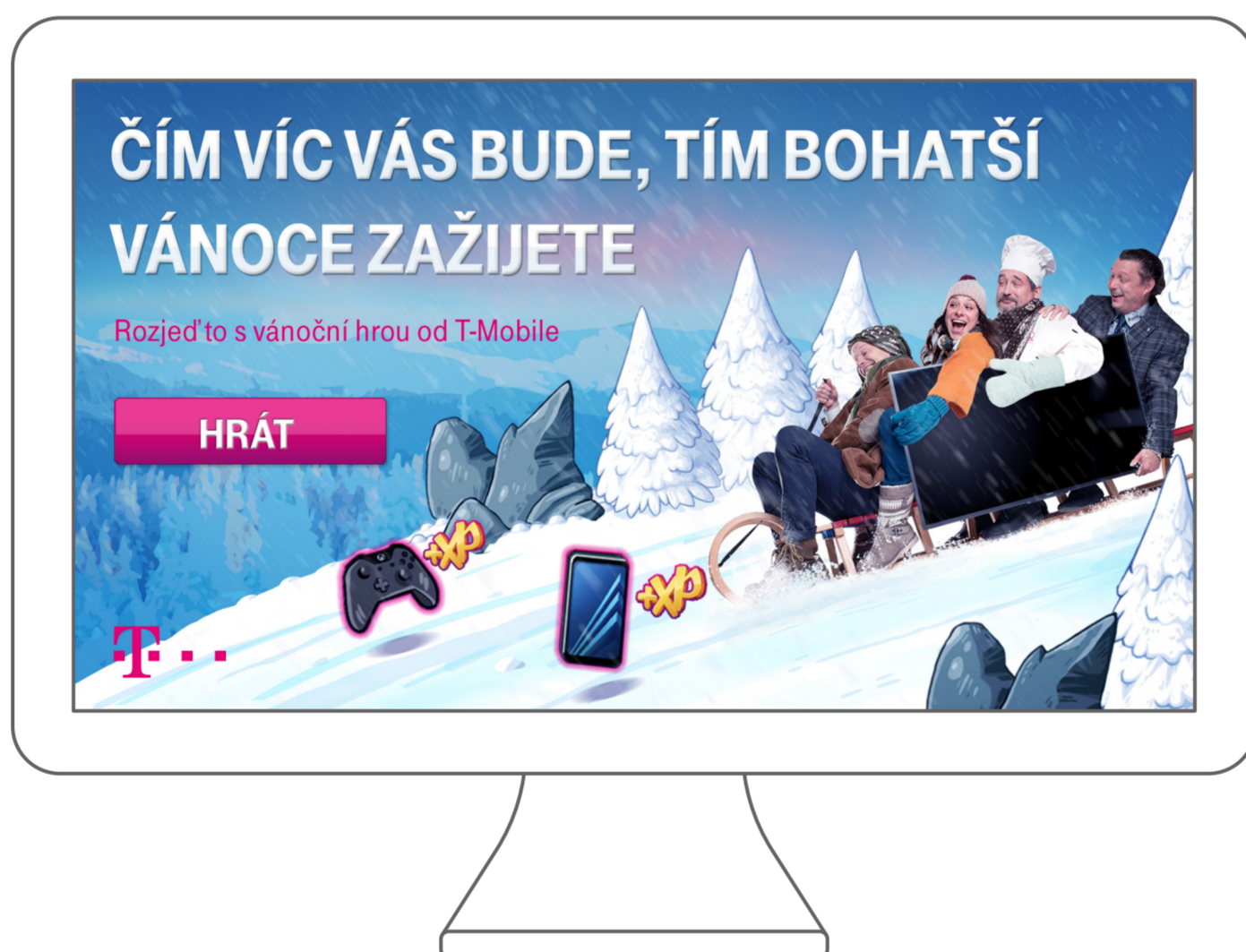
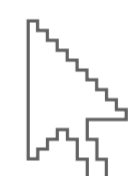
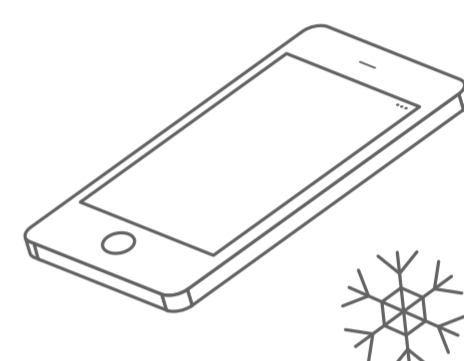
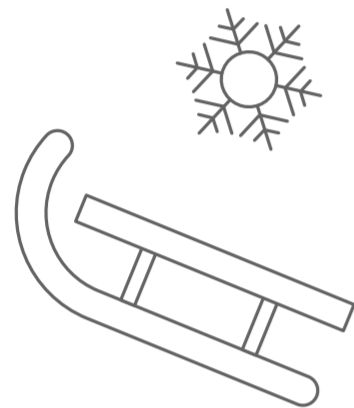
Řešení



i

Herní mechanika:

Hráči ovládali sáňky pomocí kurzoru. Během jízdy sbírali kolečka s postavami z reklamy, za které získávali jeden bod, ale i ikonky playstationu a telefonu, za které mohli získat 10 bodů. Během hry se museli vyhýbat překážkám. Cílem bylo získat co nejvyšší skóre.



Výsledky



3 355
hráčů



8 024
opakování hry



2% zapojení
všech návštěvníků



23 % hráčů
se prokliklo na web

Zhodnocení



Do T-Mobile hry se **zapojilo 3 300 lidí** a bavili se i přesto, že neměli vidinu odměny. V průměru každý opakoval hru více než dvakrát.



Až **6 % hráčů** strávilo s vánočním překvapením našeho klienta minimálně 30 vteřin. Lidé, kteří získali nejvyšší skóre, hráli řádově několik minut.



Přes **20 tisíc hráčů** kliklo na některý prvek (CTA button, opakovat hru apod.) a z lidí, kteří začali hrát, se jich zároveň 23 % prokliklo na web.

Zdroj: Interní zdroje Seznam

Vyjádření klienta



” „Nechtěli jsme osmnáctou verzi brandingů, ale naopak bylo naším přáním, abychom vánoční kampaň ukázali v trochu zajímavější a snad i zábavnější formě. Tenhle cíl se nám, z mého pohledu, podařilo doručit, aniž bychom jakkoli opustili message kampaně nebo kreativní koncept jako takový.“

– Kuba Peterka, Senior specialista online komunikace, T-Mobile