

Native Gamification koncept: 'Julekalender'

- markant effekt på kendskab og overvejelse

Situation

DAT ønskede at benytte en platform med en bred rækkevidde til at formidle deres budskab "Flying Home for Christmas," og derved bruge den stærke julekontekst til at have en stærk brand-tilstedeværelse

Løsning

En julekalender med engagerende spil og attraktive præmier i hele julemåneden, som samtidig var med til at øge opmærksomheden omkring deres slogan og ydelser

Undersøgelsen blev udført på ekstrasbladet.dk





Julekalenderen gjorde det muligt at arbejde med vores brand positionering på en interessant og engagerende måde til et bredt publikum.

Vi er meget tilfredse med de overordnede resultater og antallet af leads som kampagnen genererede.

- *Martin Ziegler, Marketing Director, DAT*

528

timer brugt sammen
med brandet

+44%

løft i kvalificeret
kendskab



20%

blandt dem der
husker kampagnen
vil overveje DAT



14%

har fået en mere
positiv opfattelse af
DAT