



Zakład o białe kozaczki

Klient: YetiPay.pl, Virtualo

Czas trwania akcji: 11.05.–25.05.2012

Agencja: akcja wymyślona i zrealizowana wspólnie przez YetiPay.pl, Virtualo i Antyweb.pl

Cel akcji:

- promocja nowej formy sprzedaży książek z serwisu Virtualo.pl poprzez widget umieszczony na stronie wydawcy oraz przy zastosowaniu szybkich płatności YetiPay

Schemat akcji:

Grzegorz Marczak z antyweb.pl założył się z YetiPay – providerem szybkich płatności i Virtualo – największym dystrybutorem ebooków w Polsce, że nie sprzeda tysiąca ebooków przez dwa tygodnie poprzez swoją stronę. Zakład brzmiał następująco: jeśli w ciągu dwóch tygodni czytelnicy antyweb.pl nie kupią 1000 książek, to YetiPay musi zawitać do biura Grzegorza Marcza w białym kożuchu i białych kozaczkach i wręczyć mu najnowszy iPada3. Jeśli natomiast Grzegorz przegra, będzie musiał napisać na antyweb.pl laurkę na temat YetiPay i Virtualo oraz wspomóc dotacją w wysokości 9,99 PLN konkurencyjny serwis spidersweb.pl.

Na antyweb.pl umieszczony został widżet transakcyjny z opcją płatności YetiPay, w ramach którego Virtualo codziennie oferowało możliwość zakupu innego ebooka. Widżet umożliwiał podzielenie się informacją na temat dokonanego zakupu na swojej tablicy na Facebooku i wygranie jednego z dwóch iPadów 2.

Konkurs zakończył się 25 maja wynikiem 945 kupionych ebooków. Uroczystego wręczenia nagrody dokonali przedstawiciele YetiPay w towarzystwie Yetinki w białych kozaczkach i futerku.

Wykorzystane formy współpracy: konkurs

Koszt: Brak danych

Efekt:

Akcja cieszyła się bardzo dużym powodzeniem. Zastosowany został tu innowacyjny mechanizm YetiPay umożliwiający dzielenie się informacją o dokonaniu transakcji – po zapłaceniu za e-booka użytkownik dostawał informację, że jeżeli podzieli się tą informacją

Wykorzystane blogi:

antyweb.pl

Konkursów na blogach są tysiące. Ale ten jest wyjątkowy. Wyraźnie widać tu, co można zrobić ze zwykłym formatem, kiedy blogera zaangażuje się na poziomie wymyślenia akcji.

ze swoimi znajomymi na Facebooku i napisze, jak fajnie było kupować przez YetiPay - to może wygrać iPada. W konsekwencji na tablicach użytkowników w naturalny sposób pojawiały się wpisy (patrz zdjęcia poniżej), które łącznie zobaczyło blisko 45 000 osób.

Na stronie Virtualo.pl przekroczona została liczba ponad 400 000 wizyt miesięcznie. Prowizję ze sprzedaży ebooków na antyweb.pl Grzegorz Marczak przeznaczył na cel charytatywny.

Akcja była także świetną okazją do zbadania preferencji użytkowników i testowania różnych strategii cenowych.



Grzegorz Marczak
11 maja o 13:41 przez: YetiPay:

Dajcie szansę Grześkowi Marczakowi z Antyweb na przegranie konkursu i kupcie książkę w Virtualo płacąc przez YetiPay :) Niech chłopakowi raz w życiu się coś nie uda, bo za bardzo w piórka obrósł!
<http://goo.gl/yrj7w>

Steve Jobs - Walter Isaacson
Ty też możesz kupić ten produkt na Virtualo.pl
Każda płatność z Yeti to tylko 2 kliknięcia!



Wojtusia z popielniczka
12 maja o 14:54 przez: YetiPay:

Na Wojtusia z popielniczka, iskiereczka mruga. Dziś kupiłem niezłą książkę, jutro kupię drugą.
Byli sobie dziad i baba, mieli chatkę z masła. YetiPay'em zapłaciłem - szybka płatność taka.
Była sobie cód królewna, pokochała grajka. Jak komentarz będzie klawy, wygram fajny iPad.

Cmentarz w Pradze - Umberto Eco
Ty też możesz kupić ten produkt na Virtualo.pl
Każda płatność z Yeti to tylko 2 kliknięcia!

Liczba osób, które to lubią: 3

Piotr Żychliński, prezes YetiPay Sp. z o.o.:



Zakład z Grzegorzem Marczakiem był przede wszystkim dobrą zabawą, zarówno dla nas, jak i dla użytkowników.

Akcja zorganizowana w takiej formie angażuje internautów i zachęca do działania. Zainicjowaliśmy nowy trend sprzedaży z poziomu widżeta na blogu. Zagospodarowaliśmy powierzchnię, która dotychczas była kojarzona ze standardową reklamą banerową i pokazaliśmy, jak w oryginalny sposób można ją cashować.

Na sukces akcji wpłynęły: atrakcyjne ceny e-booków oraz szybkość i impulsowość dokonywanych płatności. Użytkownik, czytając bloga, widział książkę w okazyjnej cenie i po 2 kliknięciach e-book trafiał na jego półkę.

Akcja spowodowała wzrost rozpoznawalności systemu YetiPay oraz olbrzymie zainteresowanie partnerów biznesowych (serwisów i wydawców), dla których akcja z Antyweb była inspiracją do wymyślania nowych produktów i usług, które można monetyzować z YetiPay.



Konkursów na blogach są tysiące. Ale ten jest wyjątkowy. Wyraźnie widać tu, co można zrobić ze zwykłym formatem, kiedy blogera zaangażuje się na poziomie wymyślania akcji. Kampania fantastycznie dopasowana do bloga, na którym była realizowana, angażująca dla czytelników i jednocześnie – sprzedażowa. Super!