

Вокруг света на виртуальном Volvo

КАТЕГОРИЯ: **INTERACTIVE.**

АГЕНТСТВО: **EURO RSCG 4D AMSTERDAM.**

НАГРАДА: «ЗОЛОТО».

01–03 > Виртуальная поездка команды друзей по сети Facebook вокруг света, а в результате — низкое потребление топлива новым Volvo доказано!



Хотите проехать на новом Volvo вокруг света? Для этого нужно найти друзей в Facebook, живущих на расстоянии от вас не больше 1300 километров, и всех соединить в общий маршрут.

Ситуация

Задачей кампании было продвинуть новую модельную линию Volvo DRIVE с экономным потреблением топлива. И главный приоритет в стратегии продвижения был отдан социальным сетям.

Решение

Создатели кампании задались вопросом: достаточно ли широк круг друзей у людей, зарегистрированных, скажем, на Facebook, чтобы охватить всю планету? Вооружившись известной формулой, что каждый на земле может связаться с любым другим человеком и для этого нужно всего лишь шесть шагов — шесть других людей, они начали эксперимент. Задачей в этом случае было узнать, сколько нужно иметь друзей, чтобы обогнуть земной шар на автомобиле.

В Сети была запущена игра Volvo's DRIVE Around The World («Поездка на Volvo вокруг света»). Для пользователей Facebook это стало также еще и своеобразным тестом — проверить, как хорошо работают твои

дружеские связи, можно ли виртуально проехать по всему миру, используя свою сеть друзей?

Итак, каждому участнику нужно было прокатиться на C30 DRIVE до своего друга, живущего примерно в 1333 километрах пути от его дома. Это именно тот километраж, который новая модель может проехать без дозаправки.

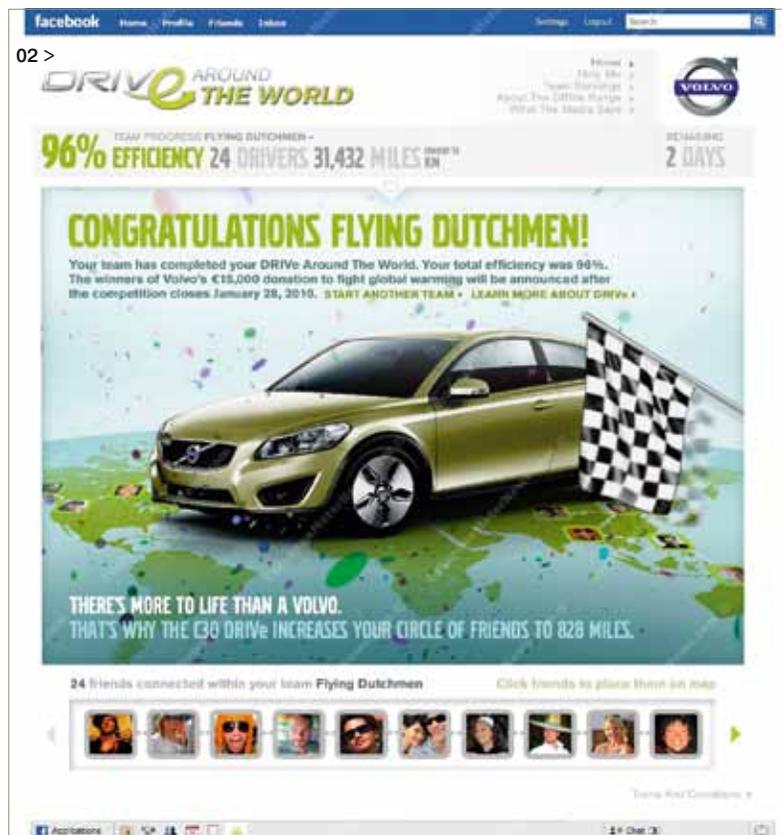
Затем машина передавалась от друга к другу, перегонялась из страны в страну, пока не возвращалась к первоначальному игроку, — круг замыкался. Провернуть это нужно было за 80 дней, как в классическом сюжете Жюль Верна.

Так как вся кампания продвигала идею экологичности нового авто, то и приз был соответствующий: компания выделяла 15 000 евро, чтобы запустить ферму по производству ветряной электроэнергии в Турции. И победителем становился тот, кто смог просчитать маршрут наиболее экономичным способом.

Результаты

Кампания прошла в Facebook с ноября 2009 года по февраль 2010-го. Это был единственный в своем роде социальный эксперимент. Анимационный ролик, рассказывающий об игре, посмотрели 600 000 человек, а 134 000 скачали приложение.





DRIVE Around The World вошло в двадцатку наиболее часто скачиваемых приложений в Facebook.

63 000 команд решили попытаться счастья, а также узнали все преимущества нового автомобиля.

Ключ к идее

Суть идеи: экспериментальная игра для социальной сети, которая, во-первых, демонстрирует преимущества товара, а во-вторых, проверяет дружеские связи.

Источники идеи:

Очень многие кампании в прошлом году вдохновлялись играми, соревнованиями, тестами и экспериментами на живых людях. В этом кейсе к этому еще и прибавилось знание о том, как люди приглашают друг друга к участию в различных приложениях в социальной сети.

Вы наверняка принимали в свои друзья на Facebook или Vkontakte практически незнакомых людей. А тут вам предлагается проверить их на практике: помогут ли они вам завершить кругосветный марафон или нет?

Источником идеи также служат «живые» экспериментальные ролевые игры. Из самых известных в сфере психологии — это «симуляция тюрьмы», проведенная Филиппом Зимбардо, когда обычные люди, набранные по рекламному объявлению в газетах, стали охранниками и заключенными.

Вообще, ролевые игры, в Сети или в реальности, очень популярны — они могут помочь людям лучше узнать как своих коллег, друзей, так и самих себя.

ТРЕНИРОВОЧНЫЕ ЗАДАНИЯ:

1. Сейчас все пробуют продвигать свои продукты и услуги в социальных сетях. Что бы могло привлечь вашу потенциальную аудиторию: игра, головоломка, тесты?
2. Придумайте задание, которое невозможно выполнить в одиночку. Такое задание позволило бы людям теснее общаться друг с другом в социальной сети — пусть ваш бренд поможет им познакомиться поближе.
3. Социальный эксперимент — очень перспективное направление. Конечно, не надо следовать по стопам Зимбардо, но нечто более позитивное обязательно пойдет на пользу вашему продукту. Например, можно создать несуществующего, но интересного героя с большим количеством друзей. И приглашать все больше и больше людей к нему в друзья. Интересно, что большинство людей примут приглашение, даже не зная этого человека. Такой эксперимент в Facebook, кстати, уже поставил человек с именем «Невидимый копирайтер», у которого сейчас уже более 700 друзей. Все любят тайны!

YOUTUBE: Volvo Drive Around The World. ®