STYLUS: [Easter 2021: Brand Engagement Tactics | Stylus]

Táticas de Engajamento das Marcas durante a Páscoa

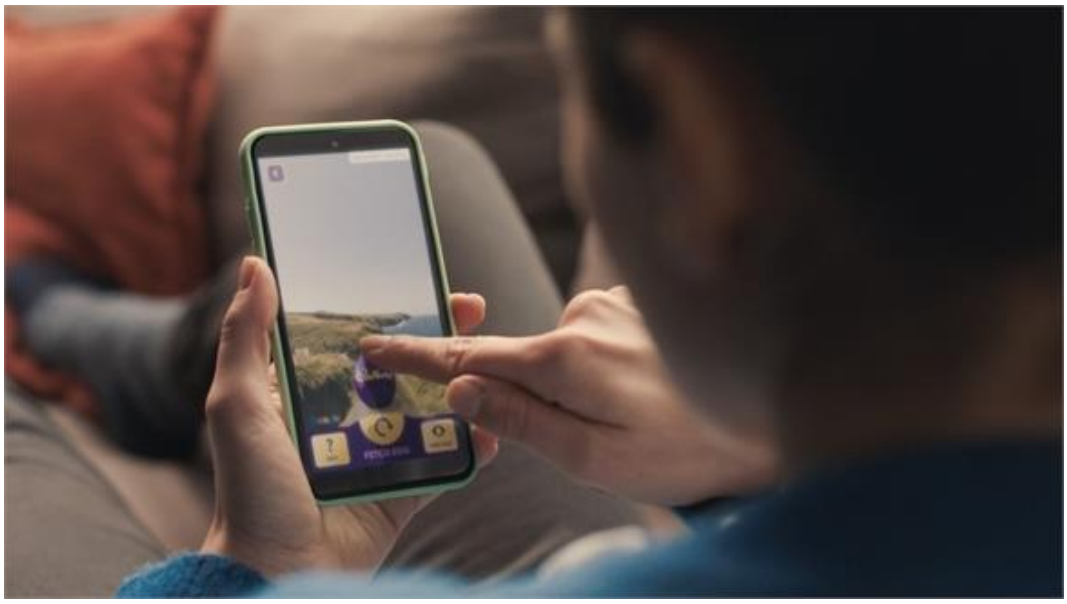
Reconhecendo a tensão entre outra Páscoa socialmente distanciada e (para a maioria) a excitação sobre a flexibilização das restrições de bloqueio, Marcas astutas criaram ativações virtuais sentimentais, ajudando os consumidores exaustos a se reconectarem. Destilamos os melhores exemplos que exploram o poder de gasto impulsionado da Páscoa 2021 (os consumidores dos EUA estão programados para gastar mais do que nunca).

Cadbury explora Wanderlust e Nostalgia com o Google Street View.

O confeiteiro britânico Cadbury usou o Google Street View, para criar uma caça ao ovo de Páscoa virtual favorável à pandemia. A ativação capitaliza o desejo de viajar dos consumidores e a lembrança agridoce de memórias feitas em locais atualmente inacessíveis - de cidades natais de infância ao outro lado do mundo.

A partir de 9 de março, a plataforma Worldwide Hide, construída pela agência de mídia VCCP com sede em Londres, permite que os participantes escondam um ovo virtual em qualquer lugar da terra - alertando o buscador com uma pista personalizada via e-mail, WhatsApp ou URL. Depois de esconder um ovo, os participantes também podem comprar um ovo Cadbury de sua escolha por £ 15 ($ 20), enviado para o buscador por correio assim que eles encontrarem seu equivalente virtual. A campanha (que apresenta um ovo gigante embrulhado na folha roxa característica da marca escondido em diferentes locais idílicos) também foi veiculada na TV, anúncios fora de casa, mídia social e digital.


YOUR HIDING SPOT
Now drag your egg to move it to the perfect hiding place.
CONFIRM SPOT
Cadbury

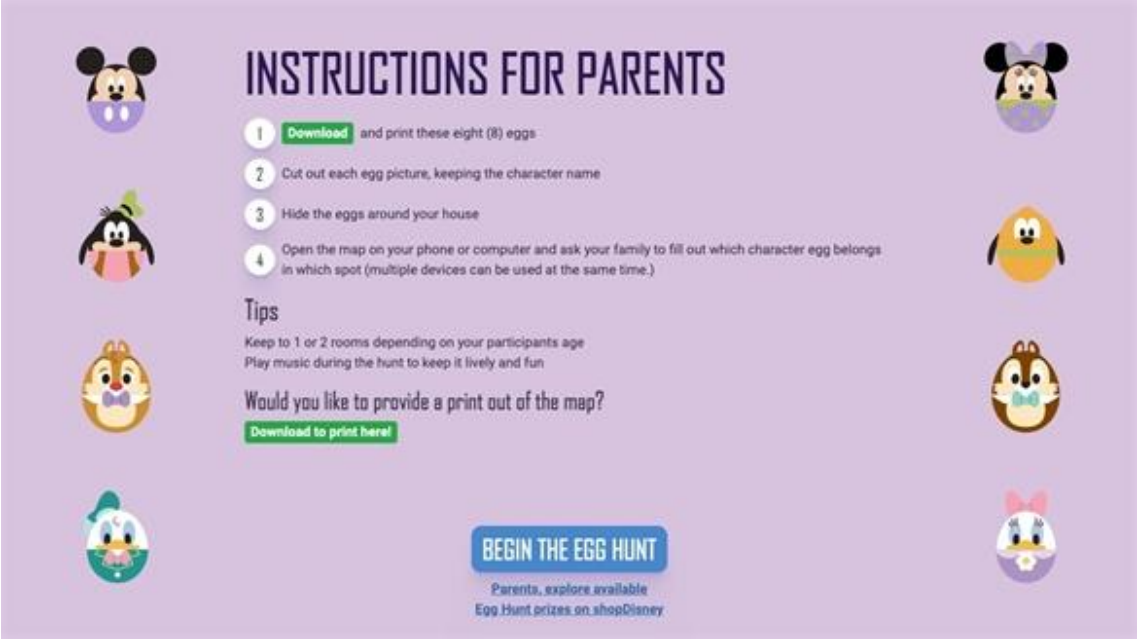





STECHFORD
Bordesley Green
SMALL HEATH
SPARKBROOK
SPARKHILL
Coventry Rd
Cadbury

Caça ao ovo de Páscoa da Disney para os pais

Também criando uma caça aos ovos de Páscoa phygital, a Disney está convidando os pais, sob tensão pandêmica a imprimir oito recortes temáticos para se esconder em casa, criando uma caça aos ovos de Páscoa prontos. Quando o buscador encontra cada impressão, ele digita o nome do personagem Disney mostrado no ovo de papel em um mapa interativo em um microsite dedicado para poder progredir. Após a conclusão, eles recebem um certificado para download de suas realizações.






shop Disney
Magical
EGG HUNT
ADVENTURE
VIEW INSTRUCTIONS
1
2
3
4
5
6
7
8


I completed the
shop Disney
Magical
EGG HUNT ADVENTURE
2021

Empatia na Páscoa: anúncio de TV inclusivo para deficientes físicos de Milka

A marca suíça de chocolate Milka está encorajando comportamentos empáticos após um ano difícil com a história de uma incluindo caça aos ovos de Páscoa. O anúncio de TV de 60 segundos 'First Egg Hunt' conta a história de duas crianças que organizaram uma manhã de Páscoa acessível para seu amigo cego amarrando cordas no jardim para ele seguir.

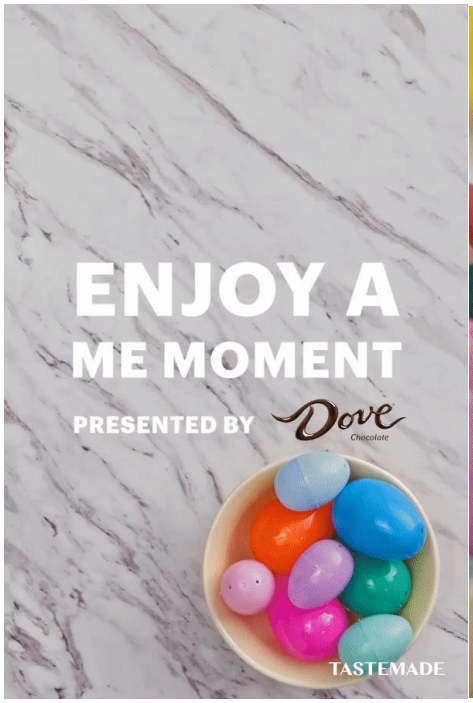
Para garantir um retrato sensível e preciso, o anúncio foi desenvolvido em consulta com a Federação Alemã de Cegos e Amblíopes e será veiculado na Alemanha, França e Áustria, com um teaser também postado na conta alemã de Milka no Instagram.

Clique aqui para assistir.

Mars aproveita os devotos do Arts & Crafts do Pinterest

Negociando com a popularidade de Easter no Pinterest - gerou 37 milhões de pesquisas e 229 milhões de postagens salvas no ano passado (Marketing Dive, 2021) - o confeiteiro americano Mars produziu uma série de vídeos tutoriais de confeitaria e artesanato para a família no Pinterest.

Os vídeos visam descaradamente o principal grupo demográfico do Pinterest: 80% das mães americanas o usam (Omnicore, 2020) - um grupo que também toma 70-80% das decisões de gastos das famílias dos EUA (Georgetown University, 2020). Apresentando as submarcas Dove e M & Ms da Mars, os tutoriais fornecem dicas sobre como criar ovos tingidos para uma cesta de Páscoa ou fazer uma guirlanda de Páscoa.



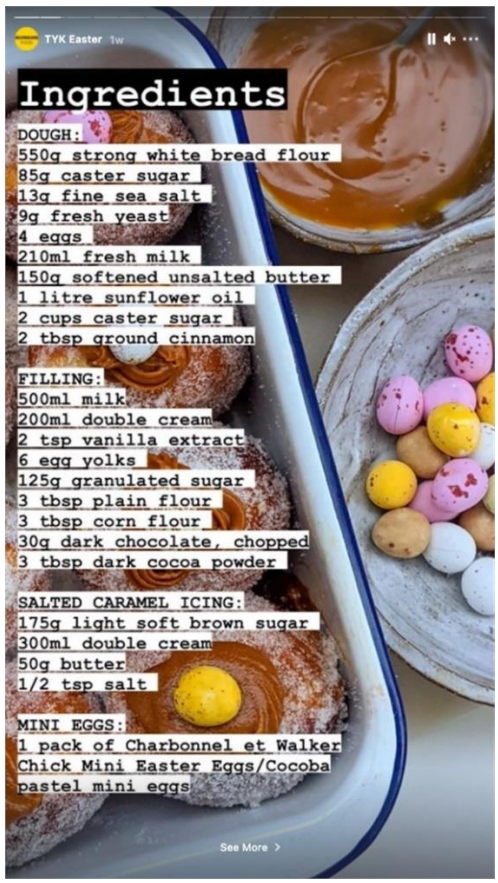


O Instagram Cook-Along da Selfridges empresta influência social

Também explorando o poder de atração das experiências culinárias está a loja de departamentos britânica Selfridges. Ele colaborou com o influenciador gastronômico anônimo Clerkenwell Boy (280 mil seguidores no Instagram) para mostrar aos consumidores como criar uma versão de Páscoa de seus donuts famosos do Insta.

Eleita uma das 100 melhores pessoas em alimentos e bebidas pela publicação de notícias globais Business Insider, sua base de fãs de conhecedores de culinária pode acessar a receita tanto por meio de sua conta do Instagram quanto da conta da Selfridges Food, onde foi salva para visualização futura nos destaques de leitura do Stories. O link atual na biografia leva os usuários ao site da Selfridges 'Food Hall, onde podem comprar os ingredientes.





Ovos Uplifting do Deliveroo

Refletindo a evolução das empresas de entrega de serviços públicos anônimos para pontos de contato voltados para o consumidor, o aplicativo de entrega de comida do Reino Unido Deliveroo criou o Mystic Easter Eggs em uma tentativa de conter a tristeza da Covid-19. Os ovos contêm previsões de um ano melhor "previsto" pela astróloga inglesa Margaret Anne Lake (mais conhecida como Mystic Meg - colunista de longa data do tabloide britânico The Sun).

Isso marca o terceiro ano em que a Deliveroo se alinhou com o poder de compra de Easter. Em 2019, ele celebrou o final da série de TV Game of Thrones com "ovos de dragão" de chocolate, enquanto em 2020 vendeu ovos de gelatina "invisíveis" embalados com decorações comestíveis e materiais de arte.



