

VELUX & FLASH

„MISSING PIECES” ESEMÉNY
HŐVÉDELMI KAMPÁNY

VELUX®



MISSING PIECES

Kommunikációs cél/brief:

Hővédelmi kampányunk célja az volt, hogy felhívjuk a figyelmet a **VELUX Cégcsoport tetőablakainak különböző kiegészítőire**, és a felhasználói **komfortérzet emelésére**, különösen a nyári melegben.

Megoldás:

A **külső hővédők** és **belső árnyékolók** kiegészítik a tetőablakokat, amivel még komfortosabb életteret teremthetünk tetőterünkéből. Erre építettük fel a **„Missing Pieces”** koncepciót, illetve sajtó- és influencer eseményt, amivel rámutattunk az **apró részletek kiemelkedő szerepére**.

A hővédelmi termékek azok a hiányzó darabok, amelyek kiegészítik a kényelem kirakós játékát, különösen a perzselő nyári hőségben.

A **kampány fő elemeként** egy olyan **eseményre** invitáltuk az influencereket és újságírókat, ahol játékos módon hívtuk fel a figyelmet a **részletek fontosságára** és az **árnyékolók és a külső hővédők** szerepére.



ESEMÉNY KONCEPCIÓ

Rendezvényünk egy ízletes vacsora volt, ahol a meghívott **újságírók és influencerek megtapasztalhatták**, milyen a teljesértékű vacsoraélmény – csak hogy az élmény elsőre nem volt teljes, hiszen **lényeges részletek hiányoztak** a fogásokból, a kanapé párnái sem voltak a helyükön, a falidíszek egy része szintén máshol helyezkedett el, ezzel gátolva a teljességet.

A kényelmetlenséget azonban elkerültük, hiszen ahogy észrevettük a hiányt, azonnal pótoltuk mindent. Az ételekbe bekerült a hiányzó összetevő, a párnák visszakerültek a helyükre, a díszek pedig ismét egységet alkottak.

Helyszín:

- Dine&Relax, Budapest

Dátum:

- 2024. június 11.

Résztvevők:

- Lifestyle, interior design influencerek, újságírók

Kerekasztal/Ügyfél felőli résztvevők:

- Jódi Attila a VELUX magyarországi regionális kereskedelmi vezetője
- Kiss Richárd a VELUX magyarországi marketingkoordinátora
- Patera Kamilla a VELUX Junior PR szakértője
- Fuller Bianka pszichológus, influencer



ESEMÉNY PROGRAM

Fuller Bianka beszéd

- A pszichológus szakember **az apró részletekre való odafigyelésről**, valamint arról tartott előadást a vacsoravendégeknek a nyitó koktélt követően, hogy **miért van szüksége az elménknek a teljesség érzésére**.

VELUX beszéd

- Jódi Attila, a VELUX regionális kereskedelmi vezetője tartott beszédet, ahol kihangsúlyozta a külső hővédő termékek **szerepét a nyári meleg elleni védekezésben**, és termékmintákat osztott a résztvevőknek, hogy láthassák a különböző hővédelmi megoldások miből készültek, miközben az előételből falatoztak.

Vacsora

- A vacsora önmagában az egész eseményt átkarolta, minden ezen felüli program a különböző fogások közé ékelődött be
- Gin&tonic kóstolásra is invitáltuk vendégeinket, ahol maguk adták a fűszert az italhoz, ezzel kiegészítve az íz-, és színvilágot
- Megtapasztalták, milyen a pezsgőélmény egy standard, illetve egy olyan pohárból, aminek az egyetlen célja a pezsgők stílusos, élményszerű tálalása



„SÓTLAN” CATERING

A szintén **hiányzó elemekre épülő catering** egy többfogásos vacsora volt:

- **1. fogás** – előétel
 - Grazing table, asztalra helyezett hidegételek, amiből mindenki magának válogathat, itt a különböző íz kombinációkkal tudták elérni a teljesség érzését
- **2. fogás**
 - Krémleves, amiből először hiányzott a levesbetét, aminek a hozzáadásával teljesedett be az ízélmény
- **3. fogás**
 - Marhapörkölt, ami mellől hiányzott az elmaradhatatlan savanyúság
- **Desszert**
 - Darabjaira szedett Rákóczi túrós, ahol a hiányzó lekvár kaviárként jelent meg

Italként különleges alkoholos és alkoholmentes gin&tonicot kaptak a vendégek, ahol szintén **bemutattuk az apró részletek fontosságát**, a különböző fűszerek italra gyakorolt hatásán keresztül.



AJÁNDÉKOK ÉS MEGHÍVÓ

A koncepciót erősítő ajándék:

- Egy VELUX brandelt bambusz doboz, amiben a következők találhatók:
 - 9 db kőkocka, ami **újrahasználható jégkockaként** működik
 - 1 db csipesz a kockák italba helyezésére
 - 1 db lenvászon tasak a kockák tárolására
- Az ajándékot két részre osztottuk
 - Az eseménymeghívónk mellé elküldtük az újságíróknak és influencereknek a dobozt és egy VELUX vászonzsákot, amiben megtalálták a meghívó írásos formáját
 - Az eseményen pedig mindenki megkapta a kockákat az ahhoz tartozó pici zsákkal, így teljessé téve az élményt

VELUX®



Kedves Marci,

egy magyar népmesében a legkisebb királylányt elzavarja az édesapja, amiért azt mondja neki, hogy úgy szereti, mint az emberek a sót. Mert vannak dolgok, amikről nem is tudjuk, mennyire fontosak, amíg a hiányukat meg nem tapasztaljuk.

Szeretettel várunk a VELUX budapesti eseményére, ahol egy igazán különleges gasztronómiai program mellett azt is átélheted, milyen különbséget jelent a legapróbb dolgok megléte vagy hiánya is.

Időpont: 2024.06.11.

Esemény kezdete: 18:00 óra

Hiányzik még valami?

Várd meg következő levelünket, amivel egy titokzatos ajándék is érkezik, és kiderülnek az apró, de fontos részletek – ahogyan az is, mi lett a mesebeli királylánnyal.

KOMMUNIKÁCIÓ

Sajtóközlemény

- Játékos megoldással, **néhány betűt kihagyva küldtük ki** az első sajtóközleményt, később egy hiánytalan verziót, **hangsúlyozva a részletek fontosságát** és az összkomfort szükségességét, amelyet Fuller Bianka pszichológus **szakértői véleményével** is alátámasztottunk.
 - **14 sajtómegjelenés**
 - **több mint 800 ezres elérés**

Influencer-együttműködések és eseményposztok

- A kampányban résztvevő influencerek a saját közösségi média felületeiken mutatták be milyen fontos, **hogy ne felejtsük el a kiegészítőket** sem.
 - Istenes Bence
 - Pál Márton
 - Pataki Lili
 - Pásztor Anna
 - Fuller Bianka

324.475 elérés a fizetett együttműködésekből.

Közel **780 ezres becsült organikus elérés** az eseményen résztvevő influencerek által.



ORGANIKUS INFLUENCER TARTALMAK

VELUX®



Közel 1 milliós organikus elérés

FIZETETT INFLUENCER TARTALMAK

VELUX®



Istenes Bence
85 353 elérés



Pataki Lili
6 548 elérés



Pál Marci
80 188 elérés



Fuller Bianka
3 868 elérés



Pásztor Anna
150 518 elérés

UTÓKOMMUNIKÁCIÓ

VELUX®

Emlékeztető ajándékkiküldés:

A kampány utókommunikációja egy ajándécsomag formájában történt, hogy emlékeztessük a kampányban korábban célzott influencereket, ezáltal a követőiket arra, hogy **NE A HŐVÉDELEM LEGYEN A HIÁNYZÓ ELEM!**

Az utolsó nyári hőhullámot meglovagolva küldtünk ki egy **második körös ajándécsomagot**, amiben az alábbi hővédelmi eszközöket találták:

- Egy VELUX koprodukciós ANKA designer legyezőt
- Egy VELUX brandingelt hűtőtáskát
- Egy fémkulacsot
- Egy kedves üzenetet

Több mint **1 milliós becsült organikus elérés** született az ajándékokról kitett posztokban.

29 poszt az ajándékokról.

