



После закончившегося скандалом матча Англия-Украина на чемпионате Европы по футболу у агентства «Ostrogljad PR» появилась идея демотиватора и видеоролика на тему «Скидка слепому судье». Арбитр Виктор Кашшаи из Венгрии не увидел и не засчитал гол, забитый командой Украины в ворота англичан. Очевидно, у судьи явные проблемы со зрением – и помочь ему в их решении смогут специалисты самой передовой украинской клиники офтальмологии и хирургии "Новий Зир", которая давно является клиентом агентства.

Видеоролик и фотографии имели колоссальный успех в социальных медиа. За первые несколько дней после публикации их посмотрели и сделали репост около ста тысяч пользователей «Facebook», «ВКонтакте», «Twitter» и «YouTube».

Директор «Ostrogljad PR» Татьяна Острогляд рассказывает, что их клиенты – серьезные врачи-офтальмологи – фанаты футбола и патриоты команды Украины, при этом обладающие чувством юмора. Управляющим и коллективу «Нового зира» понравилась идея пиарщиков, и, вскоре реклама увидела свет. Татьяна подчеркнула, что это не вирусный маркетинг, а оценка зрения судьи Кашшаи врачами клиники.

Утром после матча Украина-Англия представители сети клиник «Новий зир» составили письмо с предложением арбитру Виктору Кашшаи вместе с двумя его помощниками посетить Украину для прохождения диагностики и лечения зрения со скидкой 50%. Послание было напечатано на официальном бланке и действительно отправлено в офис УЕФА в Женеве. Сотрудники «Ostrogljad PR» сняли видеоролик о написании и отправке

Кейс «Офтальмологи – слепому арбитру Виктору Кашшаи» в социальных сетях

Автор: Administrator

20.07.2012 06:46 - Обновлено 12.02.2014 12:08

письма, а также придумали и создали демотиватор с призывом «А пока, Виктор, кушайте морковку!» на фоне текста письма.

Кейс был выложен в соцсети и имел там оглушительный успех. Кроме огромного количества репостов, пользователи оставляли множество позитивных комментариев к такому маркетинговому ходу.