



De Uitdaging:

's Werelds grootste mobiele telefoon fabrikant wil de aandacht trekken van jonge online gebruikers om de NokiaGame te spelen. In 2002 en 2003 was ad pepper media gevraagd gebruikers voor dit spel te genereren. Binnen een bepaalde tijd moest er een aantal spelers binnen gehaald worden over alle 5 continenten.

De Doelgroep:

Jonge volwassenen, leeftijd tussen 15-25 met een affiniteit voor mobiele telefonie, online games en muziek.

De Oplossing:

Gebruik makend van ad pepper media's innovatieve iLead programma konden we op een eenvoudige manier, zeer aantrekkelijke creatives laten lopen op het netwerk van ad pepper media netwerk. Gebruikers kunnen zowel binnen de creative zich inschrijven of werden geleid naar de landing page waar zij zich registreerden met hun login en wachtwoord. De binnenkomende data werd gevalideerd en vergeleken met de bestaande gebruikers database. Alle technische uitdagingen werden opgelost met behulp van het flexibele iLead programma. De locale creatives werden centraal gemanaged met de intern ontwikkelde iLead software om efficiënte controle en optimalisatie te garanderen.

Het Resultaat:

Beide jaren genereerde de campagne een zestalig aantal registraties. In 2002 moest de campagne vroegtijdig gestopt worden doordat de database van de klant haar capaciteit bereikt had. Het "pay-per-performance model" garandeert een efficiënt gebruik van het gebruik van het media budget van de klant.

Voor meer informatie, neem a.u.b. contact op met international@adpepper.com of vul het International Request Form in.