

# CASE STUDY

Digital Campaign

**CAN**  
Home Appliances

**badk@beh**  
Full Service Advertising Agency

# CAN

Home Appliances



## برند کن

برند کن در سال ۱۳۶۲، برای اولین بار در ایران هود را وارد بازار ایران کرده، به همین علت، در ایران هود آشپزخانه همواره با نام هودکن شناخته شده و نام کن را همیشه با خود یدک می کشد.

در حال حاضر گروه لوازم خانگی کن با ظرفیت تولید سالانه ۷۵۰۰۰۰ دستگاه هود، اجاق گاز و سینک جزء خوش نام ترین صنایع کشورمان به شمار می رود.



چالش چه بود؟

C H A L L E N G E ?



## چالش چه بود؟

معرفی برند کن به عنوان برندی که از محدودیت عبور و در شرایط سخت رشد کرده است.

تابستان امسال (سال ۱۳۹۵) در سی و یکمین دوره المپیک تابستانی ریو، «کیمیا علیزاده» توانست به عنوان اولین زن ایرانی موفق به کسب مدال شود. او یکی از اعضای باشگاه تکواندوی «لوازم خانگی کن» بود و حمایت این باشگاه از وی در موفقیت پیش آمده بسیار تاثیر داشت. از طرفی برند کن در تلاش برای ایجاد تصویری مثبت از برند و جایگاه سازی برای برند خود بود.

راهكار

SOLUTION

#ICAN

can یعنی توانستن



## کمپین دیجیتال "من می توانم"

لوازم خانگی کن معتقد بود کیمیا علیزاده می تواند نمادی باشد برای عبور از محدودیت ها و مشکلات. به خصوص با توجه به مشتریان اصلی این برند که زنان جوان جامعه هستند.

این تفکر در ذهن آژانس تبلیغاتی بادکوبه تبدیل شد به هسته اصلی کمپین دیجیتالی "من می توانم". با توجه به ماهیت این کمپین، مشخص بود ما با رویدادی اجتماعی روبه رو هستیم. پس از معنی نام برند «کن» یعنی "توانستن" به عنوان ایده ای طلایی استفاده کردیم. بر این اساس بود که شعار «من می توانم» برای این کمپین انتخاب شد.



# کمپین دیجیتال "من می توانم"

« I C A N » D I G I T A L C A M P A I G N



## شبکه‌های اجتماعی

ایده‌پردازی و طراحی برنامه اجرایی کمپین وایرال  
نگارش انواع پست برای وبلاگ و شبکه‌های  
اجتماعی

انتشار ویدیو در شبکه‌های اجتماعی

ترویج کمپین در تلگرام، اینستاگرام و آپارات

تبلیغات کلیکی در موبایل وب

تصویرسازی و تهیه یک بسته ۱۰ تایی استیکر تلگرامی

معرفی، تبلیغ و ترویج هشتگ #ican۱۳۹۵

تولید محتوای آموزشی برای راهنمایی شرکت در

کمپین و ارسال ویدئو

بررسی دایرکت مسیج‌ها و پاسخگویی به کامنت‌ها





Ican1395

کت

Ican1395.ir



صفحه اصلی

کن

lcan1395.ir



گن  
لوازم خانگی

من می توانم

چطور شرکت کنم؟

قوانین کمپین

از زبان گیمیا

اطلاعات همای کمپین

مشاورین

باشگاه استعدادیابی گن

“ من می توانم ”

با یک ویدیو یا عکس، خواسته‌ها را به دنیا نشان بده

هر کسی در زندگی‌اش خواسته‌ای دارد که می‌خواهد با بیشتر کار و کوشش نیامدن به آن برسد. اما مسئله اینجاست که این خواسته‌ها با گذشت زمان با مواجه شدن با مشکلات فراموش می‌شوند. انگار که از ابتدا چیزی را نمی‌خواستیم. انگار آرزوی در سر نداشته‌ایم. گاهی لازم است تا به خودمان برسیم و خواسته‌هایمان را مرور کنیم؛ چون هر آدمی لایق رسیدن به آرزوهایش است. خواسته‌ها را به تصویر بکش و با خودت تکرار کن: «من می‌توانم»

چطور شرکت کنم؟



محصولات

گن

lcan1395.ir

## ترویج کمپین







- مدیریت خرید رسانه دیجیتال برای انتشار ویدیو (وایرال)
- تبلیغات بنری در سایت های پربازدید
- انتشار رپورتاژ آگهی، طراحی بنر و ارسال خبر از کمپین و حواشی آن (سایت های خبری و پربازدید)
- تعدادی از رسانه های منتخب: تابناک، عصر ایران، باشگاه خبرنگاران، انتخاب، خبر آنلاین، مد آنلاین، کلیک، سلامتی، بیتوته، سیمرغ، آکا ایران، نیک صالحی، نی نی سایت، طرفداری





# RESULT

## نتیجه پروژه

- بیش از ۵ میلیون بازدید از وایرال ویدیوی کن (در مدت زمان کمتر از ۱ ماه) 
- بیش از سه هزار بازدید از کانال کمپین در آپارات (در مدت زمان ۲ ماه) 
- بیش از هشت هزار فالوئر در اینستاگرام (در مدت زمان ۲ ماه) 
- بیش از چهار هزار فالوئر در تلگرام (در مدت زمان ۲ ماه) 
- بازخوردهای خبری در رسانه‌های فعال در حوزه تبلیغات و بازاریابی 
- استفاده قابل توجه کاربران شبکه‌های اجتماعی از هشتگ #ican۱۳۹۵ 



باتشكر

THANK YOU