

Old Navy adviseert op basis van emoji's

10-06-2015 08:23

Old Navy is gestart met een mobiele campagne die klanten helpt in hun zoektocht naar een nieuw paar teenslippers. Dit doet het kledingmerk op basis van emoji's, de icoontjes die veel gebruikt worden in tekstberichten die via onder meer Whatsapp verstuurd worden.

De campagne is gebouwd rond een microsite, die het social media-account van de bezoeker scant op zijn meest gebruikte emoji's. Vervolgens raadt de site hem een specifiek paar teenslippers aan en geven zij ook nog een tip voor een vakantie. Het platform komt bovendien met kleding die matcht met de slippers en vakantie.

Aan het einde van de campagne geeft Old Navy één van de deelnemers de vakantie en bijbehorende teenslippers cadeau. Daarnaast verloot het kledingmerk duizend paar teenslippers onder deelnemers die de site in de eerste twee weken na opening hebben bezocht. Wanneer deelnemers met hun volgers delen dat zij deelnamen aan de campagne worden hun winkansen vergroot. Zo hoopt Old Navy dat zijn campagne snel aan bereik en bekendheid wint.