

UNION Inspiration

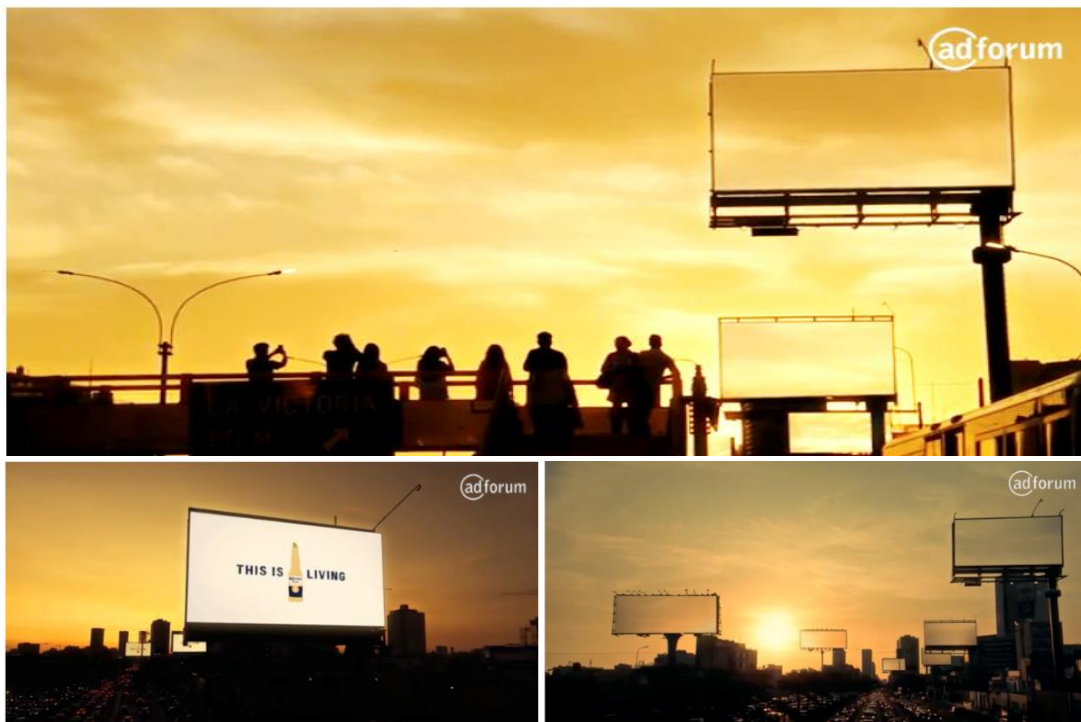
Case Studies במדיה / מרץ 2025

#1 קורונה, רגע של חסד, פרו

מותג הבירה המוכר Corona ידוע בתדמיתו בחיבור לאור, שמש ורוגע.

קורונה יצאו בקמפיין חדשני בעונת החורף, בתקופה בה השמש כמעט ולא מופיעה. בחורף של פרו, לצד הכבישים העירוניים והעמוסים ביותר של לימה - נהפכו פתאום הכבישים למרחב נסיעה מרגיע.

כל שלטי החוצות הדיגיטליים לאורך השדרה הקרינו את השקיעה בזמן אמת, ועודדו נהגים ועוברי אורח להתנתק מהלחץ היומיומי שלהם, ולהתמסר לרגע הקסום והמיוחד.



לצפייה בסרטון:

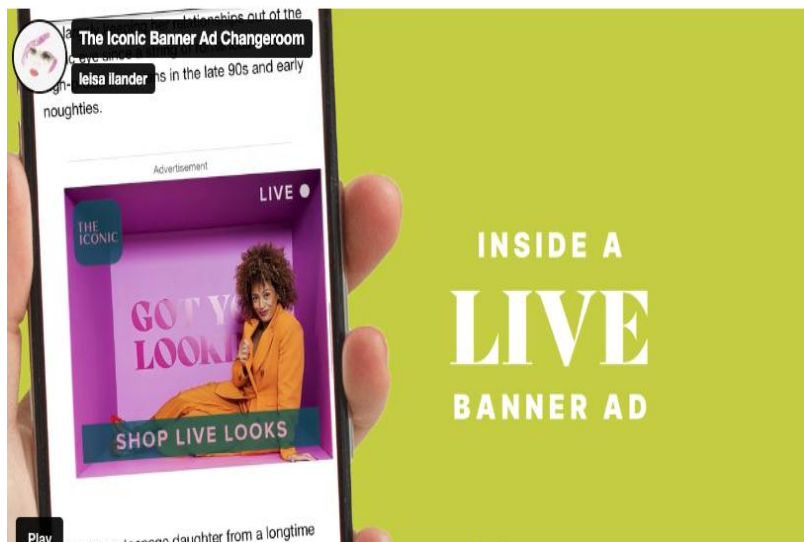
<https://www.adforum.com/case-studies/drive-into-a-sunset-to-escape-urban-stress>

#2 THE ICONIC - דוגמנים ליום אחד, אוסטרליה

קמפיין חדשני של מותג האופנה The Iconic הזמין לקוחות להפוך לדוגמנים בשלטי חוצות דיגיטליים בזמן אמת-

הלקוחות הוזמנו לבחור וללבוש פריטים מהקולקציה האחרונה, להיכנס לתא צילום מיוחד המדמה מודעת באנר, בו הם הצטלמו לקמפיין של החברה לפרסום הקולקציה החדשה.

התמונות שודרו בשידור חי על שלטי חוצות דיגיטליים במיקומים מרכזיים בסידני ובאתרי חדשות ואופנה מובילים כמו VOUGE.



לצפייה בסרטון:

<https://vimeo.com/1066485861>

#3 The Ordinary - לחשוב מחוץ לביצה

מותג הטיפוח The Ordinary מצא דרך יצירתית ויעילה להתמודד עם מחסור הביצים בניו יורק שנגרם כתוצאה מהתפרצות שפעת העופות והביא לעליות מחיר.

המותג הצליח להכניס לקוחות לחנות ולזכות באהדתם, תוך כדי שהם מכרו בסניפיהם במנהטן מארזי ביצים במחיר של \$3.37 בלבד.

היוזמה סיפקה לתושבי העיר פתרון נגיש, והמותג זכה להוות מוקד משיכת קהל.



לצפייה בסרטון:

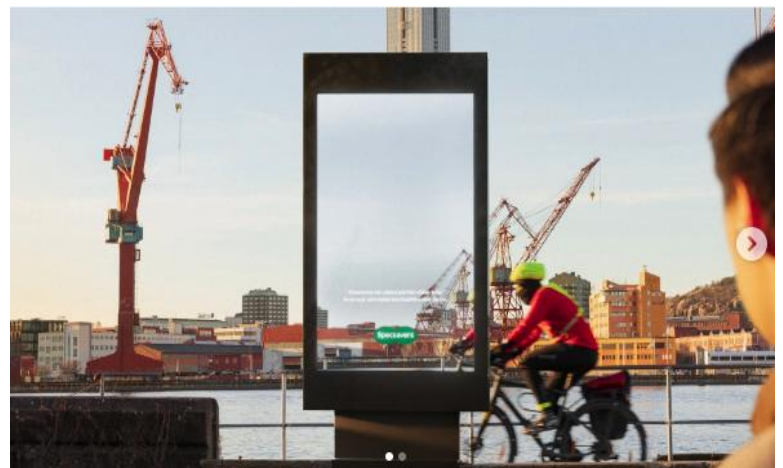
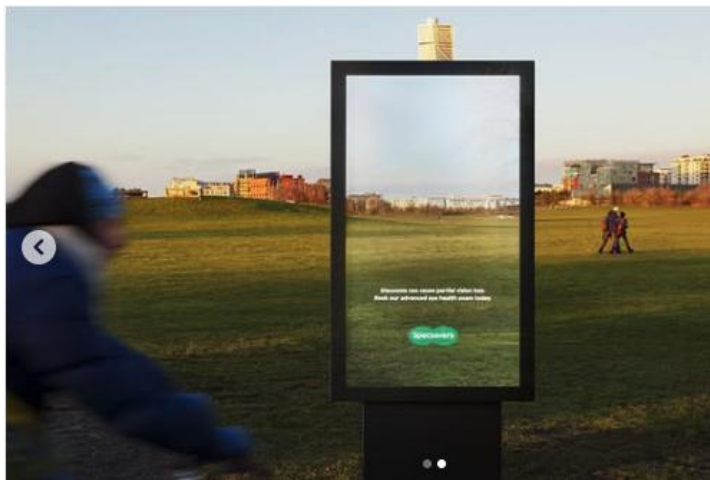
https://www.linkedin.com/posts/famouscampaigns_beauty-brand-the-ordinary-are-tackling-nyc-activity-7309963273515249664-rcm=ACoAAAklo84BkthoKd1SWF&utm_medium=member_ios&ZctR/?utm_source=share_mKk0rAnau6o-7V0C0

Specsavers 4# - העלאת המודעות למחלת הגלאוקומה, שבדיה

ספקסייברס, רשת האופטיקה הבריטית, עלתה בקמפיין חוצות דיגיטלי להעלאת המודעות למחלת הגלאוקומה - מחלת ראייה שמתבטאת בפגיעה הדרגתית בראייה ההיקפית. כדי להעלות את המודעות הם יצרו שלטי חוצות דיגיטליים המדמים אובדן ראייה.

בעזרת טכנולוגיית AR/AI חשפו התצוגות תמונות ברורות של ציוני דרך שוודים מפורסמים, שלאחר מכן מיטשטשות ונעלמות לאט ומראות לעוברי האורח כיצד גלאוקומה יכולה להופיע מבלי לשים לב עד שכבר נהיה מאוחר מדי.

הקמפיין מעודד אנשים לבקר אצל אופטיקאי לבדיקה מוקדמת ומעלה את המודעות לנושא.



לצפיה בסרטון:

<https://www.adforum.com/case-studies/swedens-vanishing-landmarks-open-eyes-to-an-issue>

#5 אדידס- לצאת מהקופסה, שנגחאי

אדידס קישטה את רחובות שנגחאי בתצוגה שאי אפשר לפספס- מבנה בן ארבע קומות שעטוף בערימה של קופסאות נעליים גדולות, ומהווה מחווה לנעלי SUPERSTAR האייקוניות והנצחיות.



#6-SKIMS- אי אפשר לפספס, ניו יורק

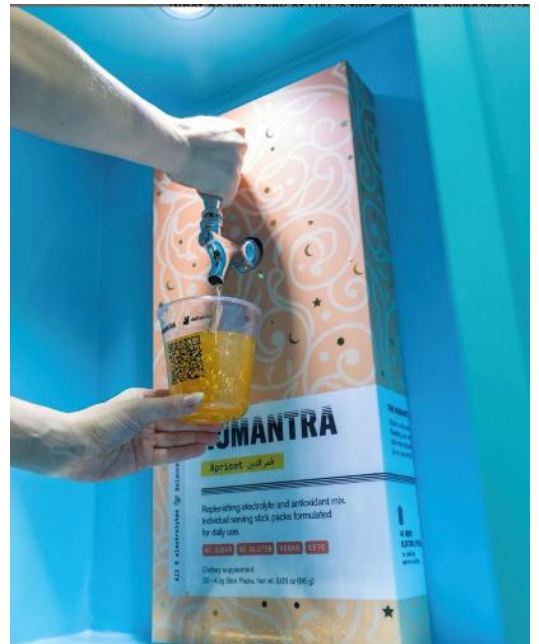
SKIMS, חברת הבגדים בבעלותה של קים קרדשיאן, הציגה מוצג בולט שעורר סערה בלב הטיים סקוור בניו יורק- פסל פרובוקטיבי שלה בגודל של כמעט 20 מטר, לפרסום קולקציית בגדי הים החדשה של המותג.



#6 ועוד כמה שלטי חוצות שאהבנו

משקה Humantra, איחוד האמירויות

לרגל השקת מהדורה מוגבלת של המשקה לכבוד הרמדאן, ועל מנת לשים דגש על הצורך בנוזלים בתום היום ולאחר סיום הצום, עלו עם שלט חוצות שנתן הזדמנות לעוברי אורח לטעום את הטעם החדש, מתוך השלט.



יוניליבר, טורקיה

מסע הפרסום "לכלוך זה טוב" של יוניליבר השיק שלט חוצות לעידוד ילדים לגלות מחדש את האושר שבפעילות בחוץ.



"DREAMIES", חטיף חתולים, לונדון

החברה יצאה בקמפיין לחטיף חתולים ע"ג שלט חוצות בו הוצגה שקית החטיף אותה מתקיפים חתולים שנוצרו מפיברגלס בתלת מימד. החתולים מטפסים על צינורות, יורדים מהשלטים ומשתלטים על הגגות, זאת במטרה להעביר את המסר כי "החתולים לא עומדים בפיתוי".



פיצה דומינוס, הודו

לרגל יום הפיצה הבינלאומי, דומינוס עלתה עם קמפיין שעורר את דמיון העוברים והשבים. המסר: "האם אתם רואים פיצה?"

בברכה,

צוות יוניון

