



Promotiile cu premii: cine e in target?

Cum privește consumatorul promoțiile cu premii? Ce îl determină să participe? Ce îl face să cumpere mai multe produse pentru înscrieri repetate? Cât de loial este sau poate deveni? Și cine este el, de fapt?

Echipa www.infopromotii.ro vine în sprijinul companiilor organizatoare de promoții și agenților de comunicare cu un studiu complex despre profilul participanților la promoții. În cei peste 3 ani de dialog susținut zilnic cu participanții la promoții, primindu-le solicitările, preferințele și sugestiile, am adunat o uriașă cantitate de material informativ și am avut posibilitatea să observăm care sunt trăsăturile comune care conturează un profil tipologic coerent. Portretele au fost definite în august 2007, iar de atunci și până în prezent am avut satisfacția să vedem cum fiecare trăsătură creionată de noi a prins culoare și fiecare contur s-a confirmat cu mai multă fermitate, pe măsura ce site-ul a crescut și am primit mai multe mesaje de la vizitatori și abonați, fie pe e-mail, fie în secțiunile de comentarii, fie pe forum.

Totul pornește de la promoție.

O promoție nouă este ca un nou produs. Când lansezi o nouă promoție, gândește-te la ea ca la un produs nou pe piață și în portofoliul pe care îl gestionezi. Este un produs care răspunde unor nevoi pre-existente: dorința de premii și emoția participării, jocul, plăcerea concursului. Există o piață care caută așa ceva. O piață pe care promoția ta la un brand de bere super-premium răspunde acelorasi nevoi ca una la un detergent din segmentul economic. Cele două promoții vor rivaliza la un moment dat. Din acest punct de vedere, diferența este data doar de premii și mecanism.

Brand-ul “de producător” creează loialitatea.

În ecuația unei promoții, brand-ul nu prea contează, nici măcar produsul care trebuie cumpărat nu are foarte mare importanță, atâta timp cât poartă ambalajul promoțional și se înscrie într-un *palier de preț acceptabil pentru miza pusă în joc*. Unui amator de promoții nu-i va trece niciodată prin cap să nu participe la o promoție pentru un brand din segmentul popular pentru că “e prea jos” pentru el. Pe de altă parte, va participa cu elan la o promoție la un brand de bere super-premium, chiar dacă el bea de obicei bere populară sau nu bea deloc.

Dar dacă brand-ul nu are mare importanță, istoricul său ca producător de promoții de succes și fără reproș este un foarte mare atu, care poate genera fidelizare și intensifica înscrierile. Dacă brandul X are un istoric amplu ca organizator de promoții interesante și lipsite de controverse, următoarea sa promoție va fi preferată altora similare care nu au un istoric sau nu unul foarte favorabil. Există brand-uri, cum ar fi Dove sau Dr. Oetker, pentru care se organizează cu consecvență promoții de succes, iar numărul de înscrieri crește proporțional cu experiențele plăcute ale participanților, care profită de orice ocazie să își împartăsească admiratia și să povestească oricui istoria premiilor castigate.



Diferenta

Diferentele dintre brand-uri, premii, mecanisme si campanii de comunicare tind sa aiba efect mai curand asupra jucatorilor de impuls, a oamenilor care nu participa de obicei la promotii, dar care pot fi stimulati de faptul ca apare o promotie la unul dintre brand-urile lor favorite (convenience), ca premiul este exact ceea ce viseaza la momentul respectiv (aspirational) sau pe care campania de comunicare il face dezirabil.

Target-ul de brand si target-ul de promotie

Multimea de participanti la promotia unei beri super-premium coincide adesea in proportie de 80% cu aceea a unei promotii la un produs de curatat din segmentul mediu, iar cei care se inscriu la o promotie care ofera ca premiu mingi de fotbal pot fi aceiasi cu cei care participa la alta, care ofera bijuterii din aur.

Daca ai o promotie la stilouri si iti propui ca target exclusiv studentii si cadrele universitare, solutia este sa o desfasori exclusiv in campusurile studentesti. Daca incluzi in comunicare o campanie radio pe un post national, vei atrage o parte din masa de "consumatori de promotii" care rezoneaza la cuvantul "premiu". Pentru ei nu va fi o problema sa cumpere trei stilouri pentru a obtine 3 inscrieri in promotie; ar putea la fel de bine sa cumpere 6 pachete de aditivi pentru muraturi, atata timp cat acest lucru echivaleaza cu 3 jetoane la cazinoul lor favorit.

Sa nu confundam asadar target-ul de stilouri cu target-ul de promotii. Gandeste-te daca vrei sa cumpere cate un stilou de la tine acei oameni care au nevoie de un stilou, sau daca vrei ca, in plus, stilourile tale sa aiba fascinatia aurului pentru aceia care sunt predispusi din start sa participe chiar si cu peste 10 inscrieri la o promotie care le place. Acestia vor cumpara 10 stilouri de la tine, chiar daca nu au nevoie nici macar de unul.

Cunoaste-i pe participantii la promotii

Dialogul sustinut zilnic, timp de mai bine de 3 ani, de echipa Infopromotii cu participantii la promotii, analiza atenta a preferintelor, doleantelor, reactiilor si limbajului lor, a dus la conturarea a 4 portrete tipologice clare, ale caror caracteristici s-au confirmat pana in cele mai mici detalii. Ii vei cunoaste acum pe fiecare in parte si vei afla care sunt motivele pentru care participa la promotii, ce ii atrage, ce prefera si ce nu le place, ce grad de implicare au si cate produse cu ambalaj promotional sunt dispusi sa cumpere. Iti vom spune la ce sa te astepti din partea lor.

NOTA: din motive lesne de inteles, numele persoanelor citate in paginile urmatoare sunt fictive. Textele sunt reale si au fost publicate pe www.infopromotii.ro, pe forum sau in sectiunile de comentarii din paginile promotiilor.

I.

Marele Gambler

(Gambler, engl. – jucator la jocurile de noroc. Am preferat sa folosim un cuvant englezesc decat 5 romanesti)

Promotiile de tipul concurs cu premii sau "tombola publicitara" sunt pentru el ceea ce este cazinoul pentru un impatimit al jocurilor de noroc. Personajul nostru are in spate o intreaga istorie ca



participant la promotii. Cu experienta acumulata si atentia antrenata la detalii, stie sa interpreteze un regulament cel putin la fel de bine ca specialistii care l-au intocmit.

Jocul in sine este mai important decat premiul. Miza este placerea de a face scenarii pe marginea interpretarii regulamentului, calculul sanselor si elaborarea strategiilor de joc, pentru care gaseste miscari ingenioase. Daca ii place mecanismul jocului, va participa intens, iar produsele pe care trebuie sa le cumpere si premiile oferite au un rol nesemnificativ.

Exemplu:

Eugen, Mare Gambler, este un barbat dispus sa cumpere mix-uri pentru muraturi ca sa castige un set de farfurii gravate cu initialele sale. Destul de improbabil sa fi folosit pentru gogonele continutul ambalajelor participante si nu stim daca isi ia cina in farfuriile cu monograma. Din punctul lui de vedere, a fost inca un turnir castigat. Faptul ca a jucat pe terenul menit gospodinelor nu conteaza. Cu putin timp inainte a castigat peste o duzina de stilouri, un Nintendo Wii si un iPod la o promotie menita sa se adreseze in principal scolarilor. Peste cateva saptamani, va castiga din nou, cumparand aditivi alimentari pentru prajituri de casa. Eugen nu se opreste aici. Rare sunt promotiile cu premii pe care nu le onoreaza prin participare, iar dintre acestea si mai rare sunt cele la care nu castiga nimic. El este unul dintre cei mai mari campioni al genului, unul dintre acele 10-15 nume pe care toate agentile de marketing direct le stiu pe dinafara, fiindca apar pe listele de castigatori cu o frecventa uluitoare.

Marele Gambler obisnuieste sa adune foarte multe ambalaje promotionale (de multe ori peste 100), pe care si le gestioneaza cu aceeasi seriozitate cu care un jucator profesionist ar pune jetoanele pe masa. Fiind cel mai experimentat dintre toti participantii, atent la cele mai mici detalii si bun strateg, castiga cu o frecventa care altora le pare de-a dreptul suspecta. La fel ca marii jucatori din cazinouri, este scump la vorba si nu participa la discutii decat foarte rar, cand o face cu un calm imperturbabil si cu un vocabular de connaisseur.

Vocabularul unui Mare Gambler - dialog pe forum:

Mihai

Am impresia ca se fac bagabonteli pe la extragerea "electronica". Cum se explica ca unii castiga 6 premii si altii nici unul macar? (a se vedea lista de castigatori [...] domnul Dragos X, 5 premii a 500 RON si 1 a 5.000 RON). Am trimis codurile de la 4 ambalaje, si no ringing. Cineva acolo "sus", la butoane se pare ca va iubeste domnule Dragos. Succes in continuare

Dragos

Pentru Mihai. Consider ca trebuie sa dam dovada de fair-play. Explicatia pe care o cautati se gaseste in art. 4.1.5 din regulament. O astfel de situatie este, pentru cunoscatori, o dovada in plus a corectitudinii. Cunosce pe cineva care a castigat cu 7 coduri. Eu am castigat cu 4 coduri (prima data). Fiti relaxat! Este un joc. Succes!



Teoria norocului – interventia pe forum a unui Mare Gambler

Gabriel

Un prieten al meu a trims in jur de 800 de coduri INTR-O SINGURA ZI, asadar la tragerea din ziua respectiva a avut 800 de sanse. Si nu a castigat. Concluzia ar fi urmatoarea: e adevarat ca e ceva in neregula, dar acest ceva trebuie sa-l cautam in propria ograda; vorbesc bineantzeles de NOROCUL fiecaruia dintre noi care uneori ne cam joaca feste. 180 de coduri comparativ cu sutele de mii de coduri care se primesc intr-o asemenea campanie ...nu inseamna mare lucru...Sorry! 😊

Marele Gambler

Mecanisme preferate: tragerile la sorti – fie extrageri la scara nationala, fie din urna amplasata in magazin, din cauza ca aspectul de “loterie” le face mai incitante, iar norocul are un cuvânt mai greu de spus. Premiile prealocate algoritmic sau cele “sub capac” prezinta un interes mai scazut.

Premii dorite: nu trebuie neaparat sa fie foarte mari sau utile. Dar sa nu credeti ca e dispus sa joace chiar pe bete de chibrit: nu va participa la o promotie care ofera doar sepci si tricouri.

Grad de participare: foarte mare, cu zeci si sute de inscrieri per promotie, concentrate pe promotiile care-l intereseaza. Pot fi si 10 promotii in acelasi timp, la care se va concentra la fel de bine!

Portretul-robot

Mai adesea barbat decat femeie, cu varsta de peste 35 de ani. Domiciliat intr-un mare oras sau in imediata apropiere a acestuia. Are studii superioare (sau corespunde intelectual). Probabil ca are o ocupatie care il solicita destul de putin sau nu are ocupatie.

Participa extrem de rar la discutiile de pe site; “tace si face”.

Va profita de orice lacuna a regulamentului pentru a-si demonstra superioritatea fata de “adversar”: daca poate, isi va mari sansele de castig, iar daca nu, se va multumi cu satisfactia de a-i vedea pe organizatori siliti sa redacteze un act aditional pentru modificari.

Mai rar intalnit, Marele Gambler Gentil poate fi bland cu organizatorii, carora le va semnala erorile si le va da sfaturi utile, manat de dorinta de a obtine reguli corecte pentru jocurile sale preferate. In interventiile sale pe forum sau in paginile de comentarii da intotdeauna sfaturi competente pentru inscrierea altor participanti, cu mai putina experienta.

Influenta

Nu trebuie sa fii invidios din fire ca sa simti o provocare vazand cum Marele Gambler aduna castig dupa castig si ajunge la un venit lunar ce depaseste de departe salariul unui ministru.

Vecinii lui Eugen sunt cu siguranta impartiti in doua tabere, mai mult sau mai putin clar delimitate: cei care au ca perpetuu subiect de conversatie castigurile fabuloase “pe care le au unii” si cei care s-au decis “sa joace” si ei. Alti participanti mai putin ferventi, care l-au intalnit doar ca nume adesea asociat multor premii, au inceput sa “ridice miza” si ei si sa participe cu mai multe inscrieri, in incercarea de a obtine rezultate similare.



Succesul Marelui Gambler e subiect de discutii pe forum

Vlad

bine ca a castigat d-l Xxxx 17 stilouri la easy click. are sa le puna in zecile de ghiozdane castigate la European Drinks. peste tot e premiant si premiat

George

cred ca cei de la MAGGI s-au dus cu tirul sa -i duca zecile de tigai pe care le castiga saptamanal (d-l Xxxx)

Cristian

*😊...sau in cele "n" valize samsonite castigate la o promotie dove un pic mai veche.. 😊...
Norocul e noroc...Ori il ai , ori nu... 😊*

II.

Gambler-ul Mic

Cum sa fie, daca nu asa cum era Marele Gambler cand era mic? Cand era lipsit de experienta si se inscria la tot felul de promotii, atras de premiile oferite si de inca ceva... un fel de mancarime in palme pe care nu stia s-o numeasca si care-l facea sa tropaie de nerabdare in jurul fiecarei "mese de joc", cu teancul de ambalaje promotionale in... spinare.

Gambler-ul Mic este participantul care participa cu multe intrari la cele mai multe promotii. A dat de gustul jocului, dar nu este selectiv in raport cu mecanica promotiei, ci in legatura cu premiile. Il atrag premiile mari si sclipitoare. Inca nu a devenit un cunoscator al regulilor si de-abia schiteaza primele tentative strategice. Deocamdata este convins ca numarul mare de participari si un dram de noroc sunt suficiente pentru a obtine victoria.



Fotografie primita de la Marian, martie 2007.

Micul Gambler participa masiv la promotii - mesaje pe forum

Marian

*am trimis o data 100 de plicuri (fiecare cu 3 ambalaje de la magura) ...ce am castigat 🇷🇺🇷🇺
nimic ... ce imi pare rau ? 😞 am dat 60 ron numai pe timbre postale)-aprope jumătate cat pe
toate produsele , nu mai zic de plicuri 😞...acum vad ca plicul mic s-a scumpit de la 5 la 8
bani [...] asta a fost 🤔 , ce va fi ? nimeni nu va sti , ce as vrea sa fie ? - sa trimit 1000
de plicuri 😊... sa vad exista cineva care vrea sa bata recordul ?- apropo' asa poate
casigam cv daca intram in cartea recordurilor ...macar sa ne scoatem banii pe timbre si
plicuri 🤔*



Laurentiu

am vazut pana acum cel mai mare nr de 25 , eh bn eu am trimis 100 de plicuri 😊😊, faza naspa e ca nu am gasit nici un premiu instant ... 😞 😞 ...macar asa de consolare, cel mai mic... 😞 in fine... nu cred ca voi avea sanse pt o masinutza 😞, dar ink mai sper 😊

Laura

Ca raspuns la intrebarea "cate plicuri ati trimis?" eu vreau sa iti spun ca am trimis cam 80 de plicuri.(...)

Gambler-ul Mic este convins ca participarile masive si norocul trebuie sa dea roade si "mizeaza" sume mari de ambalaje fara sa se gandeasca prea mult. Tinde sa fie impulsiv si adesea face greseli din neatentie, cum ar fi cumpararea de produse neparticipante, inscrierea in promotie a unui cod gresit sau incercarea de inscriere prin SMS la un numar gresit. Fiind impulsiv, nu-i lipseste mult sa devina suspicios inainte sa descopere ca el insusi a gresit. Propriile erori tactice nu-l supara prea mult, pentru ca experienta nu l-a facut inca orgolios (dar va deveni, cand va ajunge Mare Gambler).

Neatentia unor Gambleri Mici – comentarii in paginile unor promotii

Calin

eu am o problema , da una mare : am cuparat produse ...la gramada si am o singura factura din pacate ...cu toate ca puteam avea 500 de inscrieri daca luam fiecare produs separat ...in fine...

Valentin

Cel mai greu imi pare faptul ca trebuie sa ma duc la magazin cu lista de produse participante. Am cumparat zilele trecute 5 produse din care ultimul era un plic cu sare de lamaie. Cand am ajuns acasa si m-am uitat pe bon am paralizat.... produsul respectiv nu participa la promotie. Asta e, sa va fie invatatura de minte sa va uitati bine la produse. Bafta tuturor!

Stefan

am trimis urm cod 5943000013104 apartinand unei creme de maini 100ml Farmec , am primit mesaj "codul de bare este incorect"

Moderator Infopromotii:

Salut, Stefan,

Organizatorii promotiei Farmec ne-au transmis urmatorul raspuns pentru tine:

"La promotia Farmec Cluj "Imparte rasfatul pe din doua" participa doar gamele Gerovital H3, Aslavital si Gerovital Plant Bio. Codul de bare trimis de tine nu apartine nici unui produs din aceste 3 game."



Gambler-ul Mic este nerabdator. Fiecare joc il atrage si ar vrea sa participe la toate. Nerabdarea il face uneori sa piarda sirul si chiar sa uite la care dintre promotii ar mai fi vrut sa participe, la care a participat...

Nerabdarea unor Gambleri Mici – comentarii in paginile unor promotii

Florin

Ce-i mai nasol la campania asta e faptul ca dureaza atatea luni, iar premiul nu e decat unul singur. Pana se termina si uiti ca ai participat!

Marius

faina campania...pacat ca dureaza 4 luni...cam lung :)

Nimeni nu este la fel de nerabdator ca Gamblerul Mic sa vada lista de castigatori! La scurt timp dupa ce s-a inscris, incepe sa intrebe care sunt castigatorii. Nu conteaza ca stie din experienta ca va fi contactat si instiintat despre castig inainte ca numele lui sa apara pe liste. Chiar daca stie ca numele lui nu va fi acolo, el vrea sa vada lista: *“atunci cand vedem o lista a castigatorilor, indiferent de ce campanie a fost, macar sa ne bucuram sa vedem vreo cunostinta, sau vecina de scara, ori macar pe cineva din acelasi oras cu noi!” (Andrei).*

Gambler-ul Mic este si cel mai plin de energie dintre participantii la promotii, cel mai vorbaret si mai dornic de a-si impartasi experientele cu ceilalti. Viseaza castiguri majore, de aceea citeste atent descrierea premiilor mari din regulamente si se documenteaza pe marginea celor care il atrag (de exemplu autoturisme sport, locuinte, aparatura audio-video sau telefoane), ca sa se imagineze mai bine in ipostaza de castigator.

Gambler-ul Mic acumuleaza repede experienta: in prima faza “se joaca”: participa neselectiv la aproape toate promotiile care-i sunt la indemana, chiar si la cele cu premii mai mici, iar la sfarsitul unei perioade de participari intense la o duzina de promotii, se alege cu cateva premii nesemnificative. N-a avut noroc la premiile mari, dar a avut noroc la premiile mici, data viitoare poate va avea mai mult noroc...

Noroc: un concept care il va interesa pe Gambler-ul Mic din ce in ce mai tare si care nu peste mult timp va incepe sa fie urmarit nu doar cu asiduitate, ci si cu calmul rational si precizia matematica a Marelui Gambler. O fi mic Gambler-ul Mic, dar deja vorbeste limba gambler-ilor. Vorbaret cum e, iti va zice cu prima ocazie: *“Am castigat pe Fanta”*. In anul urmator va “juca” mai atent, va constui primele strategii coerente si va incepe sa apara pe listele de castigatori cu o frecventa mai mare, implicit in dreptul premiilor mari...

Evolutie.

De la data la care am adunat materialele documentare si am intocmit portretul Micului Gambler, unul dintre reprezentantii marcanti ai acestei categorii si unul dintre marii fani ai site-ului nostru a avansat la statutul de Mare Gambler. In ultimele trei luni i-am intalnit frecvent numele pe listele de castigatori si am remarcat ca era mai des asociat premiilor mari. Echipa noastra a pierdut un vorbaret cu care coresponda zi de zi, dar a castigat un



mare premiant, care pune intrebari mai rar, cu competenta si un forumist care acum ii ajuta pe ceilalti cu sfaturi bune. Felicitari, C. O.!

Gambler-ul Mic:

Mecanisme preferate: Toate sunt de incercat. Clasica tragere la sorti ii inspira insa mai multa incredere decat mecanismele cu premii prealocate (la care uneori organizatorii si notarul stiu algoritmul de alocare, ceea ce, dupa parerea lui, ar putea duce la fraude – si aici e gata sa imagineze tot felul de scenarii extrem de complicate...). Premiile “sub capac” sunt si ele interesante, chiar daca mecanismul nu e atat de palpitant ca tragerea la sorti. Va intra si in promotiile cu mecanisme atipice (licitatii, concursuri tip joc online, competitii in care se cer texte despre folosirea unui produs etc.), dar pe masura ce acumuleaza experienta se axeaza asupra celor cu mecanismele cele mai indragite: trimeri de coduri/ ambalaje pentru tragerile la sorti.

Premii dorite: premiile mari, stralucitoare, cu motor sau cu butoane. In lipsa lor inasa, e bun si un cutit de unt sau doua duzini de cani inscriptionate: ii dovedesc ca norocul e pe-aproape.

Grad de participare: mare si foarte mare: zeci sau sute de ambalaje, la cat mai multe promotii.

Portretul-robot: Barbat sau femeie, in proportii aproape egale. Tanar (18-30 de ani). Studii medii si superioare. Impulsiv, vorbaret, sociabil. Printre cei mai activi comentatori. Primul care sesizeaza daca valoarea premiilor mari e mai mica sau mai mare decat cu cea de piata, dar adesea ultimul care a retinut conditiile de validare.

Spre deosebire de jucatorii mai putin experimentati, este dispus sa accepte ca totul este un joc al norocului si nu emite acuzatii la adresa organizatorilor doar pentru ca a trimis peste 100 de ambalaje si nu a castigat nimic.

Influenta. Cu si fara voia lui, antreneaza noi participanti la promotii. La nevoie, este dispus sa formeze o echipa si sa imparta castigul. Vorbaret si sociabil, isi creeaza emuli in cercul lui de cunostinte, in fata carora se mandreste cu numeroasele sale castiguri.

Gamblerul Mic se lanseaza in urmarirea premiilor cu motor – comentarii in paginile unor promotii

Dragos

am cumparat si eu 1 bax , pana acum am consumat 5 cutii , ultima o las in frigider pana in ultima zi a campaniei , as avea o mare surpriza ca exact in ultima cutie de pate Ardealul sa am o masina :) as avea un super status la yahoo mess. : "am tinut un logan 2 saptamani intr-un frigider " :)

Andreea

cred ca e prea tarziu pt comentarii....am trimis 123 de plicuri,dar NIMIC.sa fie de vina posta romana?poate aveam si eu logan,dar mai bine cu audi.va pup!!!



Marian

am trimis 1000 de sms-uri :) doar daca castig 1 premiu mare imi scot banii pe toate promotiile organizate de 7Days - oricum bft si voua :=)

Claudiu

Am cumparat vro 1000 de ciocolati....am licitat si am castigat ...acuma sa trimit 250 de ambalaje.....ce prostie:))Prin telefon o operatoare mi a spus ca sa trimit cele 250 de coduri cu care am castigat licitatia. Aceste coduri nu le pot trimite ca aceste 250 de coduri mai participa la tragera pentru 2mini one cabrio.

Mihai

buna ziua tuturor,am trimis si eu fara numaar plicuri dar din pacate n-am castigat nimic!! numai danone mananc de cand a inceput promotia,ma doare burta,n-am castigat nici sub capac,absolut nimic!!

Ildiko

Buna! Am pus 190 plicuri, aceea este 380 Kg de zahar, si nici un amirit de storcator!!!!

Tactici si scenarii ale unui Gambler Mic. Dialog in pagina unei promotii

Catalin

Promotia asta are un sistem de acordare al premiilor cam aiera... Adica ei au o lista facuta in fata unui notar in care pentru fiecare zi este stabilita o anume ora si un numar de ordine in baza carora se acorda premiile... Adica sunt persoane privilegiate (notarul, organizatorii &co.) care stiind ora si numarul de ordine in fiecare zi au un FOARTE MARE AVANTAJ in fata celorlalti participanti... Premiul valoreaza ~500 euro asa ca... Eu unul nu mai particip la promotia asta din motivele mai sus expuse.

Moderator Infopromotii

Salut, Catalin!

Sistemul de acordare a premiilor la care te referi este demult validat si recunoscut. Se numeste "premiu prealocate". Regulamentul acestei promotii a cuprins mai multe detalii decat altele care se bazeaza pe acelasi sistem. Totul este foarte cinstit si legal in acest principiu de acordare a premiilor. Daca ai intrebari, te rugam sa ni le transmiti si vom incerca sa obtinem cat mai rapid un raspuns oficial pentru tine.

Catalin

Eu nu contest faptul ca acest sistem este validat si recunoscut si ca "principiul de acordare a premiilor" este cinstit si legal. Tot ce vroiam sa spun este ca acest sistem inlesneste foarte mult castigarea premiilor de catre cei care stiu ora si numarul de ordine pentru acordarea zilnica a premiilor... Adica "prietenii" de-ai organizatorului si notarului pot castiga premii mult mai usor decat restul de participanti pentru ca stiu cand sa trimita SMSurile. Mult mai bun si "la vedere" mi se pare sistemul clasic de extragere "din palarie" in direct.



Moderator Infopromotii

(...) Cum faci, daca trebuie sa nimeresti sa ai, de exemplu, a 28-a inscriere valida (total SMS si Internet) de dupa ora 19:43:17 a zilei de 12?

Catalin L.

Simflu. As avea pregatite 100 de coduri (pret total produse ~ 50 euro) si cand se porneste numaratoarea inversa (pana la numarul de ordine castigator) as incepe sa trimit codurile de pe "n" browsere si/sau telefoane in acelasi timp. Sansele de castig ar fi cu mult mai mari fata de ceilalti... Sa zicem ca, astfel castig 1 wheelboard la 5 zile (presupunere pesimista) --> bani investiti 50 euro x 5 = 250 euro, castig = peste 500 euro (valoarea de piata wheelboard). Putem sa facem calculul si pentru situatii mai optimiste - sa zicem ca ia 2 premii la fiecare 3 zile ---> profit 850 euro in 3 zile - deja suna mai interesant... Oricum, ma indoiesc ca notarul s-ar deda la astfel de mizilicuri (este de notorietate ca notarii castiga de la 20.000 euro in sus pe luna) si nici organizatorul nu cred ca s-ar deda la astfel de manevre.

Parada unui Gambler Mic

Lista de premii castigate in anul 2007

Sursa: document primit pe e-mail de la un Gambler Mic, fan al site-ului.

1 lanterna Varta
1 cos picnic
2 seturi CD
2 brelocuri
8 seturi produse cosmetice
1 iPod Nano 4 Gb
40 tricouri
7 rucsacuri
1 parfum Puma
1 cuptor microunde Panasonic
3 bonuri valorice de 10 RON/ buc
1 masina de spalat Whirpool

1 abonament revista
1 set boxe de masina MTX
2 jachete
10 prosoape
1 halat de baie
1 set: tricou, diploma, vodka
1 cooler sticla
8 bilete cinema
2 esarfe
mancare pisica /caine
4 bratari
300 euro



1 casca ATV + bon 100 EUR reducere pt. ATV

1 bax suc (Fanta)

1 deo STR8

1 minge plaja

1 ram + cooler PC

2 x Tv LCD Samsung 83 cm

1 sist home cinema Panasonic

1 consola Nintendo Wii

1 spy cam

2 perle naturale montate in aur

III.

Jucatorul Chibzuit

Este jucatorul de talie mica si medie, cel mai adesea intalnit in peisajul promotiilor cu premii din Romania. Are destul de putina experienta, iar aceasta e uneori incurajatoare. A mai jucat o data sau de cateva ori si la un moment dat fie a castigat, fie s-a vazut foarte aproape de premiul dorit (de exemplu, cineva cunoscut a castigat un premiu mare). Sau poate a vazut pe listele de castigatori numele unui vecin, al unui coleg... de ce n-ar fi si el tot acolo?

Prudenta este cuvantul care il caracterizeaza. Participa ca sa-si incerce norocul si evita sa investeasca in prea multe produse participante. Participa selectiv, la promotiile care presupun achizitii de bunuri de larg consum, cumparaturi pe care oricum ar trebui sa le faca. Uneori se convinge singur ca merita sa cumpere mai multe flacoane de sampon, pentru ca premiul este seducator. Alteori, un premiu castigat anterior il face sa creada ca este nascut norocos si atunci participa mai asiduu, la mai multe promotii, cu convingerea ca ii este sortit sa castige.

Prudenta Jucatorului Chibzuit – mesaje pe forum si comentarii in paginile unor promotii

Mariana

Multe plicuri am trimis..... de ani de zile sant consumatoare fidela, asta ca sa nu zic ca am cumparat doar de dragul promotiei. Oricum cumparam.

N-am gasit nimic sub capace - ce sa fac, se pare ca n-am noroc !

Angela

Cel mai ciudat lucru (pentru altii) este faptul ca stau la raionul cu produse Dr.Oetker foarte mult. Intai ma uit ce produse au si pe urma incerc sa cumpar.O nemultumire mare este faptul ca unele supermarketuri amesteca plicurile Dr.Oetker cu alte plicuri relativ asemanatoare si daca nu esti atent risti sa ajungi la casa cu alte produse.Deci atentie maxima pt.jucatori.

Florina

si eu am trimis in jur de 20 de picuri si nu am gasit nimic sub capace...macar o minge de plaja daca primeam era frumos.



Dan

ma doare inima cand vad cum banutii mei s duc zburand p mesaje inasa eu sper sa sara un premiu si la mine (...) mult succes!!!!!!!!!!

Elena

buna, ma numesc elena si sunt inscrisa in clubul dove. Cumpar tot timpul produse dove. Am cumparat si deodorante si spray-uri si am trimis codurile prin sms dar nu am castigat niciodata. Cred ca am aproape 18 ambalaje inscrise in campania pentru croaziera pe mediterana.

Iulia

am trimis 2 plicuri. daca e sa castig imi ajung 2. mare lucru nu-mi doresc: doar o masina pentru familia mea 🇷🇺

Sorin

Am platit luna asta cu 60 lei in plus la factura de tel. Mi-au iesit cornurile aste pe nas! Bafta celor care inca mai viseaza, eu m-am trezit din acest cosmar care imi inghite banutii.

Cum e Jucatorul Chibzuit cand e nechibzuit

Fie ca se nimereste sa fie consumator fidel si ajunge astfel sa acumuleze cifre mari de inscrieri, fie ca uita de codul prudentei pentru o clipa fiindca produsul de cumparat ii este oarecum la indemana, iar premiile il atrag ca un magnet, Jucatorul Chibzuit poate participa si cu peste 100 de inscrieri la o promotie. Daca nu a trebuit sa-si incalce propriile reguli pentru a participa, nici nu se supara ca nu castiga. Dar daca a trecut peste principiul cumpatarii si a participat “nebuneste”, inasa nu se vede *rapid* pe lista de castigatori, este cel mai dispus sa creada ca “zarurile au fost masluite”.

Jucatorul Chibzuit isi incalca principiile – mesaje pe forum si comentariu in pagina unei promotii

Oana

Sunt dezamagita de acest concurs. Am trimis peste 180 de coduri si nu am castigat nimiceste foarte clar ca ceva a fost in neregula.....

Lenuta

Excrocherie !!!! Am trimis peste 250 coduri si n-am castigat nici macar un capac de oala !!!!

(NOTA: Lenuta avea sa castige inasa mai multe mingi de fotbal la o alta campanie, peste numai cateva zile. “Atingerea norocului” de atunci, confirmata pe ici, pe colo, de alte premii mici, a transformat-o astazi intr-un Mic Gambler).



nivel educational. Orice localitate de domiciliu.

Este cel mai suspicios dintre toti participantii. La fel de guraliv la Micul Gambler, dar “scenarita” de care sufera atinge uneori cote alarmante. Nu intelege cum sta treaba cu norocul: adica de ce un participant poate castiga de mai multe ori si altul niciodata? Are impresia ca daca participa cu 50 sau 100 de ambalaje promotionale, cele mai multe inscrieri in promotie sunt ale lui si va fi uluit sa afle ca sunt nu doar multi cei ca el, dar altii au mult mai multe inscrieri valide... Cu cat participa mai intens, cu atat se simte mai vinovat ca si-a incalcat principiile si da vina pe altii. Tinde sa fie foarte gelos pe castigatori si sa “faca valuri” ca sa-si alunge competitorii.

Influenta: cu exceptia celor care corespund aceluiasi profil, nimeni nu ii impartaseste opiniile. Marele Gambler si Gambler-ul Mic au experienta, stiu ce inseamna sa ai noroc si il urmaresc fiecare alergand pe culoarul propriu. Cei care corespund profilului urmator, si anume jucatorii de impuls, nu sunt deloc interesati de scenarii.

Jucatorul Chibzuit e suspicios – comentarii in paginile unor promotii si pe forum

Laura

Ca sa vada cei de la Hochland ca pe lumea asta mai sint si oameni vigilenti, cu simt de observatie le-am dat telefon sa-i "felicita" pentru ca un domn X poate castiga prin nu stiu ce minune de patru ori. Am primit urmatorul raspuns: a avut omul patru taloane castigatoare.

I-auzi!

Pentru cei care participa la promotiile din magazine: atentie, bonurile uitate de clienti prin cosuri sint "recuperate", asa ca s-ar putea fara voia voastra sa ajutati pe nefericitele vinzatoare sa-si creasca nivelul de trai.

Nu stiu ce se intimpla cu taloanele din revistele nevindute, poti participa cu unele la concursuri. Daca o revista nu se vinde, la retur ajunge cu talon sau fara talon?

Monica

am trimis si eu un plic a ajuns oare am castigat ceva sau experienta ca la celalalte concursuri si promotii?(...) fain asta e romania din ue??ar trebui sa ne mai potolim luati ex din alte tari

Mirela

cum se face ca mananc cate 5-6 danone delicios pe zi si nu am gasit nici un premiu sub capac numai "mai incearca"???? e prea de tot.ce sa mai zic de cel care cumpara numai una pe zi!!!! rau de tot este campania astaconceptuta. (...)

(Nota: mesajul Mirelei a fost trimis in primele zile ale campaniei)



“Atingerea norocului” converteste un Jucator Chibzuit intr-un Mic Gambler (comentariu in pagina unei promotii)

Mihaela V.

Si eu am jucat degeaba ani de zile, pana acum vreo 4 ani cand am inceput sa castig. Si tocmai la concursuri la care probabilitatea era mica de tot! Uneori ma amuz atunci cand nu imi pot cumpara cate ceva spunandu-mi ca sigur voi castiga acel lucru!

IV.

Jucatorul de impuls

Probabil ca 99,99% dintre noi am cedat macar o data unei “ispite de moment”. Ne-am trezit pur si simplu cumparand un produs nu atat pentru ca aveam nevoie de el, ci pentru a participa la o promotie care ne-a atras. Sau am cumparat produsul si la casa am descoperit un cupon atat de usor de completat...! Sau poate ca eram intr-o dispozitie proasta si am vrut sa-i dam un ghiont norocului, sa ne zambeasca de undeva (Cum se zice... daca nu am noroc in dragoste, macar sa castig la loz in plic!). Poate ca ne-a atras premiul. Poate ca aveam in mana ambalajul cu codul unic, instructiunile de participare sub ochi si telefonul mobil in buzunar.

Dintr-o mie si unul de motive, macar o data ne-am zis: “Ce ma costa? Si daca o sa castig!” Peste o zi sau doua, maxim o saptamana, uitam. Daca sansa face sa fim instiintati ca am castigat, suntem mai mirati decat oricine, pentru ca simtim ca “investitia” noastra a fost minima, ocazionala, nesustinuta. Surpriza!

In functie de surasul norocului, unii dintre noi urmeaza apoi sa se aseze mai des la masa de joc: unii Chibzuiti, altii deja Mici Gambleri. Oricare dintre noi va reveni, ocazional, la urmatorul impuls.

Impulsul Jucatorului de Impuls – mesaj pe Forum si comentariu in pagina unei promotii

Ruxandra

salut! pana acum nu am participat la nici o promotie nici de la dove nici de la alte campanii dar cred k de data asta o sa imi incerc si eu norocul.vis-a-vis de calitatea produselor acestei firme pot sa zic k sunt fff. multumita deoarece de un an si ceva le folosesc si nu m-a dezamagit nici unul pana acum.

Angela

da e f interesanta aceasta promotie!!!!!!!nu pierd nimik daca incerc!:)

Mara

buna tuturor daca este asa de laudata promotia sper sa cistig si eu sa merite apoi am sau fiu clienta fidela super



Jucatorul de Impuls:

Mecanisme preferate: cele care ii sunt la indemana la momentul X. Cel mai adesea trimiteri de cod prin SMS sau Internet, “collect and win”, ori “premiu sub capac”.

Premii dorite: obiectele pe care si le dorea deja la momentul X sau lucruri atat de atragatoare incat sa-i declanseze impulsul.

Portretul robot: nu se inscrie in mod normal in ceea ce numim “target-ul de promotii”. Nici macar nu crede despre sine ca l-ar interesa subiectul. Nu-l intereseaza si habar n-are. Promotiile nu sunt pentru el subiect de conversatie. Ajunge sa participe “din intamplare”.

Firul intamplarilor il va aduce mai aproape de castig si de participari mai frecvente in viitor sau il va mentine in acea zona indepartata unde numai impulsurile puternice mai ajung.

Are impresia ca promotiile sunt pentru cei creduli, nu pentru cei ca el. Dar daca vede la televizor un spot de promotie la un produs pe care il poate folosi si el si mai ales premiile puse in joc sunt foarte, foarte pe placul sau, incepe sa viseze si trece la actiune: se duce la primul magazin si isi cumpara 3-4 batoane de ciocolata, cu gandul la locuinta, masina sau uriasa suma de bani pe care o poate castiga.

Daca pe cele 3 ambalaje nu gaseste niciun mesaj castigator, se infurie pe organizatori. Daca macar un capac ii promite o sansa la tragerea la sorti, e mai putin dezamagit, iar poate ca maine i se va face iarasi pofta de ceva dulce...

Daca premiul pentru care mai are o sansa este suficient de interesant ca sa-i mentina interesul, peste putin timp va intra pentru prima oara pe Internet sa caute detalii despre promotia respectiva si sa afle mai multe detalii despre premiu si despre modul de desemnare a castigatorilor. Ceea ce afla atunci despre alti participanti, despre castigatori si despre premiile mari de la alte promotii il poate converti in viitor intr-un Mic Gambler, gata oricand sa porneasca la vanatoarea de premii cu volan, sau intr-un Jucator Chibzuit, atras de sclipirea castigurilor dar retinut de firea sa precauta si de lipsa de experienta.

Daca la final nu a castigat nimic si nici macar n-a simtit ca norocul i-a fluturat pe langa umar, ii va blama pe toti, mai putin pe sine. Ii va acuza pe organizatori, pe participanti, pe castigatori, pe cei care aplica legile, pe toata tara in ansamblu. A doua oara nu va mai participa. Decat daca premiul vazut la televizor...

Grad de participare: mic – 1 pana la 10 inscrieri intr-o promotie.

Jucatorul de Impuls incepe sa prinda gustul competitiei:

Valeria

Vreau sa vad si eu care sunt castigatorii pentru fiecare zi la acest concurs pentru ca nu cred eu ca din prima zi au trimis foarte multi oameni la acest concurs. Am trimis si eu 2 coduri si nu am castigat deocamdata nimic. O sa continui sa joc pentru ca sunt curioasa.



Jucatorul de Impuls este atins de noroc: devine un fan al promotiilor si mai ales al brand-ului care i-a adus noroc (mesaje pe forum)

Liliana

eram insarcinata in 8 luni cand am castigat de la Baumit un home cinema . Afost singura data cand am castigat ceva si de atunci particip la promotii. Va urez succes!

Gabriela

Am primit perla naturala imbracata in aur de 14 karate !!!!!

A durat cam mult, dar a meritat !!!!

Scuze daca am suparat pe careva din campania DOVE !!!!!!!

Sunt Gabi T. din Craiova !

Multumesc DOVE !!!!!

Marina

Dragele mele, desi tindem sa credem ca promotiile (unele dintre ele) ne trag "tzeapa" eu sunt fericita ca am castigat la o promotie la detergent la "Dero alb, dalb" si am castigat o canapea super draguta, motiv pentru care sunt motivata sa mai particip si in continuare la promotiile organizate de Unilever. Nu am castigat niciodata si ce-i drept premiul a ajuns cam greu, dar dupa ce am discutat cu o tipa de treaba de la ei, mi-am dat seama ca intarzierile nu tin intotdeauna de organizatori, ci si de furnizori acelor premii. Mult succes!

Concluzii finale

Credeti in noroc si invitati la implicare

De la pasiune la prudenta, de la consecventa strategica la impuls ocazional, provocarea norocului este numitorul comun pentru participantii la promotii.

Mecanismele cu grad de implicare mai mare atrag oameni care se implica mai mult si din punct de vedere emotional in participarea la o promotie. Cu peste un an in urma, publicam un studiu comparativ despre evolutia mecanismelor de participare si au fost specialisti care s-au mirat ca trimiterea prin posta a unor ambalaje pentru tragerea la sorti este inca atat de populara. Un sondaj efectuat de echipa noastra acum cateva luni a relevat faptul ca premiile prin tragere la sorti sunt preferate in majoritate premiilor oferite instant, ceea ce a parut surprinzator. Acum ne explicam de ce lucrurile stau asa. Mirajul loteriei este mare, iar placerea jocului este o atractie in sine, dupa cum am vazut, pentru cei mai impatimiti participanti. Premiile instant isi au rolul lor: sunt "premiu de consolare" sau o atractie pentru persoane care nu participa de obicei la promotii si care se inscriu cu doar unul sau doua produse pe toata durata campaniei.

Reteta unei promotii de succes combina premiile instant cu trageri la sorti saptamanale sau chiar zilnice si poate culmina cu o mare extragere finala, in care sa-i antreneze pe toti participantii care pana atunci nu au avut noroc.



Listele de castigatori: cat mai repede, cat mai multe

Este in beneficiul tuturor sa publicati cat mai repede listele de castigatori. Daca aveti extrageri saptamanale, publicati-le saptamanal si veti beneficia de fiecare data de elanul participant al celor care au fost atinsi de noroc si de inca o incercare din partea celor care “au fost pe-aproape”.

Mult noroc

Echipa www.infopromotii.ro spera ca acest studiu sa aduca tuturor, fie ei Marketing Manageri de la companiile organizatoare, fie specialisti de la Client Service, Creatie sau Media din agentiile full-service, media sau marketing direct, mult noroc la intalnirea cu iubitorii de promotii.

Ascultati-i, intelegeti-i si respectati-i, raspundeti intrebarilor si sugestiilor lor, tineti cont de ceea ce le place si nu le place.

Iar daca dialogul intre organizatori si participanti va avea loc in mediul deja familiar de la www.infopromotii.ro, cei implicati vor avea toate avantajele: interlocutorii se cunosc, iar tonul este prietenos si faciliteaza discutia. Mult noroc!

Aprilie 2008