

MOAHHAHA!

SEND ÉN *Smash!*  
VERDENS ONDESTE DM



**HVORDAN STARTET DETTE?**

*Smash!*<sup>®</sup>

# PERSONLIGHETEN

**Det er helt ok av og til å ta den helt ut.  
Bryt med det forventede og riktige for å få ren nytelse!**

*Smash!*

# VÅR FIENDE

Den påtatte snillheten som regjerer i tradisjonell sjokoladereklame og på sosiale medier.

*Smash!*





## KAMPANJEMEKANIKK

- **smash.no** (hvis du vil prøve ligger det en test på <http://smash-senden-staging.herokuapp.com/>)
- **Tastet inn telefonnummer - adresse og navn dukket automatisk opp**
- **Alle som var under 18, eller hadde registrert seg mot uadressert reklame dukket ikke opp**
- **Hver dag kjørte vi ut lister, pakket én Smash og sendte til mottaker.**
- **Avsender forble anonym, og det tilførte enda en dimensjon i kampanjen**
- **Støttet kampanjen med en uke riksdekkende utendørs, fb-annonsering og samarbeid med VGTV**

**Smash!**

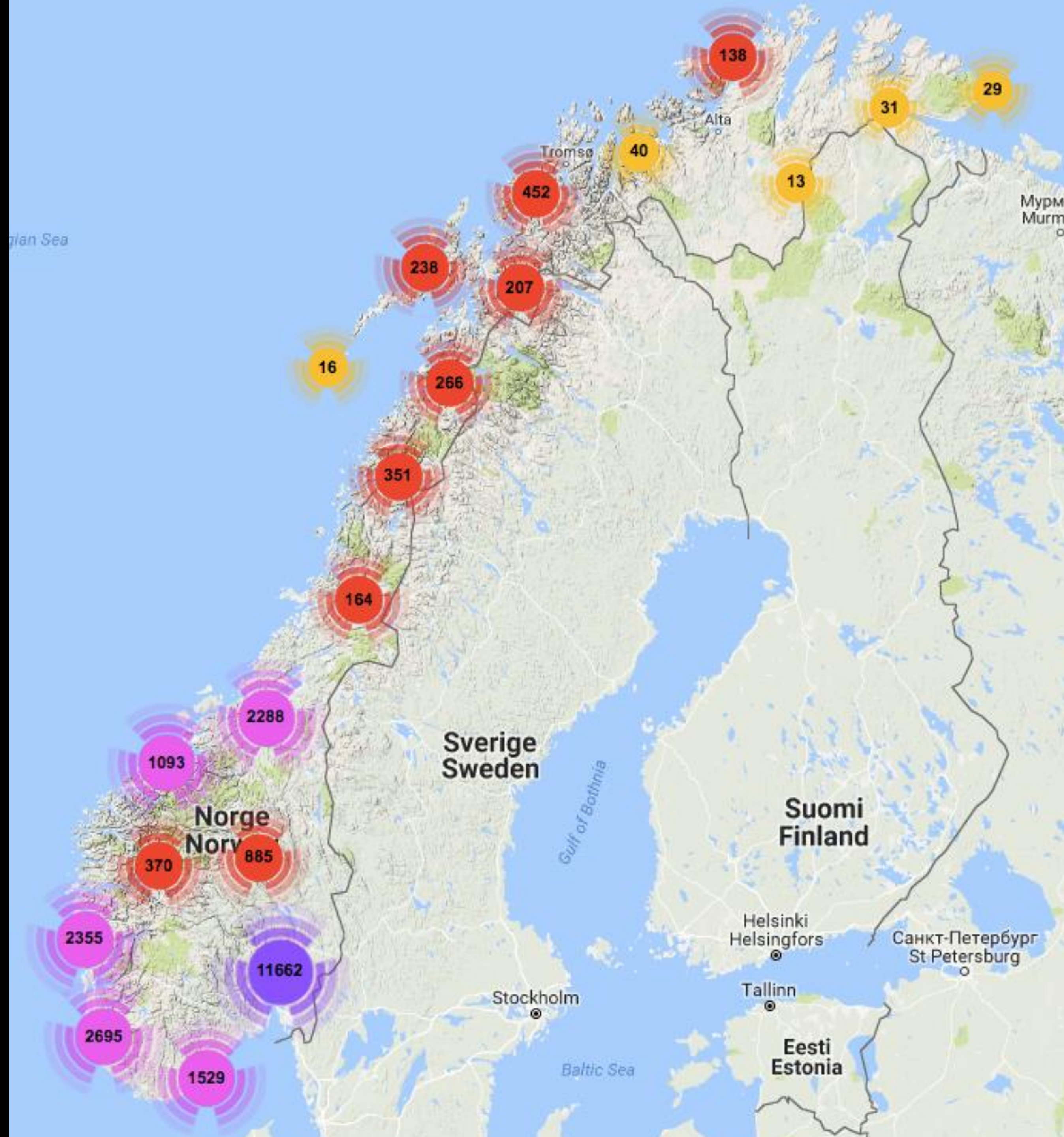
## RESULTATER

- Målet var å sende ut 10.000 Smash i løpet av fem uker, men etter 14 dager hadde 25.000 sendt én Smash! til sin verste fiende
- 400 innlegg på Instagram med #evilsplash
- Radioresepsjonen brukte 3 minutter på å diskutere kampanjen, samt at gjerrigknark.no oppfordret alle sine 150.000 følgere til å sende én Smash til venner og familie fordi det var helt gratis!
- Økning i salget på 27% (jan-nov 2016 vs 2015)
- Styrket lederposisjonen mot Freia med 9% fra uken før kampanjen til ti uker etter.

*Smash!*



# SPREDNING



*Smash!*



MOAHHAHA!

SEND ÉN *Smash!*  
VERDENS ONDESTE DM

