

SKRÆK EFFEKT SKABTE MASSIV OPMÆRKSOMHED

Cross Devices - Native

SITUATION

Nordisk Film ønskede at skabe fokus om og sælge billetter til filmen Jigsaw, der er den ottende i rækken af Jigsaw film

LØSNING

Native artikler på tværs af de tre sites ekstrabladet.dk, formatformat.dk og shero.dk samt bannerannoncering.

TESTIMONIAL

En uge efter premieren havde 24.419 allerede set filmen og det er utrolig flot.

Den kampagne vi kørte på Ekstra Bladet, Shero.dk og Format har helt klart en stor andel i succesen. Det er min opfattelse, at andre medier blev inspireret og fik øjnene op for Jigsaw på grund Ekstra Bladets Native artikel.

Alt i alt, synes jeg det har været et fantastisk samarbejde, med sjove tiltag som Sheros video til Facebook, som virkelig genererede engagement hos deres følgere og Formats fede quiz, som man dårlig turde tage, hvis man er bare lidt bange som jeg.

Jeg er helt klar på et samarbejde igen!

Camilla Andersen Stampe, Marketing Manager, Nordisk Film

Sponseret af Nordisk Film

Hvad er sponseret indhold?

10 klammeste scener EVER - Du kan ikke SAW i nat!

Kranier der knuses, russisk roulette og indvolde, der rives ud, er bare nogle af de scenarier, SAW-filmene har budt os gennem årene. JIGSAW, som er ottende film i serien, er lige på trappene, og det værd at se tilbage på nogle af de skrækkeligste horrorscener fra de første syv film.



FORMAT

Mere end 400 sign ups

Shero

Over 4.000 kommentarer

Ekstra Bladet

Gns. læsetid: 4:17 (benchmark 3:06)