

Case studies - Olimp Labs

Termin

kwiecień - lipiec 2009, na serwisie polki.pl

Formy reklamowe użyte w kampanii

internet:

serwis dedykowany olimp.polki.pl, wydzielona sekcja w dziale Diety zawierająca konkurs (test konsumentki), sondę, forum eksperckie, galerię produktową, artykuł sponsorowany.

magazyny:

emisje reklam promujących serwis dedykowany na Polki.pl, advertoriale.

Case studies - Olimp Labs

Internet- serwis dedykowany

The image shows a screenshot of the website polki.pl. At the top left, the logo "polki.pl" is displayed. To its right, there is a navigation bar with a date "Czwartek 2009.06.18", a "forum" icon, and a search bar containing "Makijaż oczu". Below the navigation bar, a horizontal menu lists various categories: "Uroda", "Moda", "Zdrowie i psychologia", "Dieta i Fitness", "Dom i Kuchnia", "Rodzina i Seks", "Życie gwiazd", "Horoskop", "Kultura", "Finanse", and "Podróże".

The main content area features a large advertisement for "Therm Line Sinetrol". The ad has a red and orange background with a woman in a white sports bra and black bikini bottom holding a box of the product. To her right are a can of "Therm Line drink" and a box of "Therm Line forte Sinetrol". The ad includes several callouts: "REGULAMIN", "GALERIA", "SONDA", "DOWIEDZ SIĘ WIĘCEJ", "ZAPYTAJ EKSPERTA", and "PRZETESTUJ PRODUKT" at the top. The "Olimp Labs" logo is in the top right corner with the tagline "w trosce o Wasze zdrowie". A circular badge on the right says "NOWOŚĆ" and "Wzmocniona formuła Sinetrol". A red ribbon in the bottom right corner says "KONKURS".

Case studies - Olimp Labs

Internet- konkurs (test konsumencki)

Konkurs Therm Line

Wyslij znajomym Drukuj

Zostań naszą testerką i schudnij do lata! Zapraszamy wszystkie użytkowniczki naszego portalu do wspólnej zabawy!



Nie jesteś zadowolona ze swojego wyglądu? Jesteś gotowa i zdeterminowana, aby coś zmienić? Napisz na naszym forum w ok. 5 zdaniach, co chciałabyś u siebie zmienić na lato! **Do wygrania wielkie testowanie produktów Therm Line Forte oraz kosze suplementów od OLIMP Laboratoriast**

Spśród wszystkich zgłoszeń **wyberzemy 20 z Was!** Wielka 20tka będzie miała szansę przetestować produkty Therm Line Forte o nowym unikalnym składzie i podzielić się z nami opiniami na ich temat.

Akcję zwieńczy sesja zdjęciowa! Do boju dziewczyny!

Aby wziąć udział w konkursie [kliknij tutaj!](#)

REGULAMIN AKCJI „OLIMP – KONKURS / TEST”
od dnia 6 kwietnia 2009 r. do dnia 19 lipca 2009 r.

I. POSTANOWIENIA OGÓLNE:

- 1.1. Organizatorem Akcji pod nazwą „OLIMP – KONKURS / TEST” (dalej zwanego: „Akcją”) jest OLIMP LABORATORIES Sp. z o.o. z siedzibą w Nagawczynie, pod adresem: 39-200 Debica, Nagawczyna 109c, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy w Rzeszowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000065402, kapitał zakładowy w wysokości 3 090 500 zł., NIP 872-20-76-235, (dalej zwana: „Organizatorem”).
- 1.2. Realizatorem Akcji jest Edipresse Polska S.A. z siedzibą w Warszawie, pod adresem: 00-480 Warszawa, ul. Wiejska 19, wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 000011462, kapitał zakładowy w wysokości 2 311 320 zł., NIP 526-00-12-586, (dalej zwana: „Realizatorem”).
- 1.3. Akcja jest organizowana na zasadach określonych niniejszym regulaminem (dalej zwanym: „Regulaminem”) i zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa. Celem Akcji jest zapoznanie konsumentek z marką Therm Line (OLIMP LABS).
- 1.3. Regulamin Akcji jest dostępny w siedzibie Organizatora oraz na stronie internetowej: www.olimp-labs.com i www.olimp.polki.pl.
- 1.4. Uczestnikiem Akcji może być osoba fizyczna - kobieta, posiadająca pełną zdolność do czynności prawnych.
- 1.5. W Akcji nie mogą brać udziału pracownicy Organizatora, Realizatora oraz inne osoby współpracujące przy organizacji Akcji, jak również członkowie rodzin w/w pracowników i współpracowników.
- 1.6. Organizator ufundował 40 równorzędnych nagród rzeczowych w postaci:
 - (a) 20 zestawów suplementu diety Therm Line (OLIMP LABS) przeznaczonych do 2-miesięcznej kuracji o wartości jednostkowej PLN 140 brutto dla laureatek I (pierwszego) etapu Akcji, o czym mowa w pkt 3.3 poniżej,
 - (b) 20 zestawów produktów różnych produktów OLIMP LABS o wartości jednostkowej 200 PLN brutto dla laureatek I i II (pierwszego lub drugiego) etapu Akcji, o czym mowa, w pkt 3.3 poniżej, przekazane po zakończeniu II (drugiego) etapu Akcji, najpóźniej w terminie do końca sierpnia 2009 r.



Użytkowniczkom zostało zadane pytanie: „Napisz, co chciałabyś zmienić w sobie, aby pięknie wyglądać latem?”. Najciekawsze wypowiedzi umieszczone na forum zostały nagrodzone produktami Olimp ThermLine do wytestowania przez zwyciężczynie.

Case studies - Olimp Labs

Internet- sonda



Użytkowniczkom zostały zadane pytania dotyczące dbania o linię, odchudzania, a także produktów ThermLine

Case studies - Olimp Labs

Internet- forum eksperckie, artykuł sponsorowany, galeria produktowa

The screenshot displays the 'polki.pl forum' interface. At the top, there's a navigation bar with 'Znajdź ekspert' and 'Thermo Line'. Below, a forum thread is visible with a title 'Znajdź ekspert Thermo Line'. The main content area features a sponsored article for 'Thermo Line Forte' by Olimp Labs. The article includes:

- Product Images:** A box of 'Thermo Line Forte' and a vertical banner for 'Olimp Labs'.
- Text Content:**
 - Introduction: 'Ważnym elementem diety jest energia. Jej brak powoduje zmęczenie, osłabienie i spadki ciśnienia krwi. W tym celu warto sięgnąć po suplementy, które pomogą nam w tym celu. Jednym z nich jest Thermo Line Forte, który zawiera w sobie składniki, które pomagają nam w tym celu.' (Note: This text is partially obscured and appears to be a placeholder or a very short summary).
 - 1. WZDZIAŁANIE:**
 - 1.1. Zwiększenie energii i poprawa samopoczucia.
 - 1.2. Zwiększenie wydajności i poprawa koncentracji.
 - 1.3. Zwiększenie odporności i poprawa zdrowia.
 - 1.4. Zwiększenie siły i poprawa wydolności.
 - 1.5. Zwiększenie motywacji i poprawa nastroju.
 - 1.6. Zwiększenie energii i poprawa samopoczucia.
 - 1.7. Zwiększenie wydajności i poprawa koncentracji.
 - 1.8. Zwiększenie odporności i poprawa zdrowia.
 - 1.9. Zwiększenie siły i poprawa wydolności.
 - 2.0. Zwiększenie motywacji i poprawa nastroju.
- Gallery:** A row of small product images at the bottom of the article.

Case studies - Olimp Labs

Promocja serwisu dedykowanego



Magazyny

advertoriale, reklamy promujące serwis olimp.polki.pl

Interent

Rectangle, Box – FF; Double billboard - 350 tys. odsłon

Case studies - Olimp Labs

Skuteczność

Celem kampanii Olimp ThermLine było poinformowanie użytkowniczek o produkcie wspomagającym odchudzanie, spalającym tkankę tłuszczową, a także przedstawienie całej gamy produktów Olimp Labs. Grupę docelową stanowiły kobiety w wieku 20- 45 lat dbające o linię, próbujące pozbyć się zbędnych kilogramów, zainteresowane tematyką diet. Kampania oparła się głównie na działaniach online w serwisie Polki.pl, lecz była także wspomagana reklamami prasowymi w magazynach z portfolio Edipresse, np. Vita, czy Przyjaciółka.