

Fucking Høj

... på livet



Camilla, Iben, Magnus og Regitze

Koncept

- En meget specifik kampagne (ca. 4 uger lang)
- Kan tænkes som en parallelle kampagne til en større og mere omfattende
- Oplyse uden at løfte pegefingre
- Målgruppen er 18-25 årige
- Skabe opmærksomhed og trafik på hjemmesiden drugbox.dk



Kampagnens indhold

Appetizer-video: (The Prodigy – Smack My Bitch Up)

- Modsat budskab i ny video
- Filmet i Odenses byliv
 - Evt. vise kendte steder (barer, diskotekter, gågaden, spisesteder)
 - Møde velkendte mennesker
 - Sige "nej tak" til stoffer
 - Måske hovedrollen endda scorer en sød pige?
- Skal deles via bl.a. Facebook såsom Fucking Flink, Voyeur og drugbox.dk

Kampagnens rollemodel:

- Amin Safari
- Kampagnens rollemodel
- Kendt i Odenses by- og natteliv
- Bestyrer af byens mest populære natklub, Voyeur
- Festarrangør, initiativrig og engangeret



”Fokusgruppe”-konklusion

De adspurgte er fem unge fra Odense, som kender byen og dets natteliv:

- Reklamens blikfang
- Facebook som budbringer
- Genkendelighed: Voyeur og Amin Safari
- drugbox.dk, Facebook, Instagram og Twitter
- The Prodigy-musikvideo
- Tiltag, konkurrencer, good, populær og kendt DJ
- Odense vs. København

Konklusion

- Oplagt som en kampagne i en større og mere omfattende kampagne
- Fleksibel
- Konkret budget uden huller
- Jordnær og let forståelig – opererer på et lokalt plan
- Arbejder på flere platforme – både fysisk som virtuelt
- Inkluderer både en frontfigur og vedkommendes populære natklub