

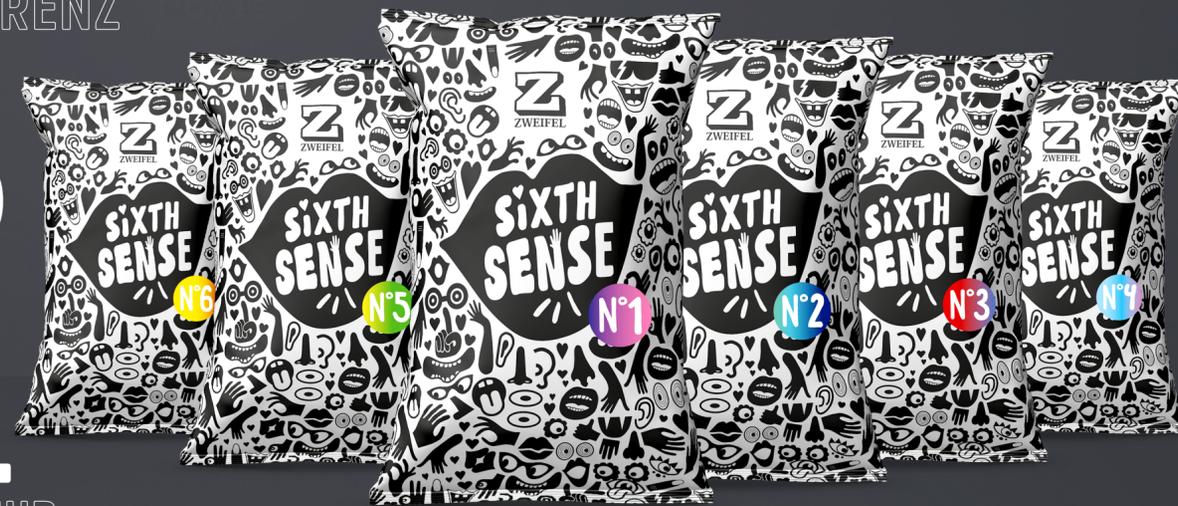
SIXTH SENSE

MARKENPRÄFERENZ
ZUM VORJAHR

+14%

12MIN.

VERWEILDAUER HUB



KPIS
ANZAHL VIEWS

+187%

CLICKS

+60%

AUSGANGSLAGE

Seit über sechzig Jahren dreht sich bei Zweifel alles um Chips. Doch wie gelingt es, dass sich die Konsument:innen genauso ausgiebig mit dem Produkt beschäftigen?

LÖSUNG

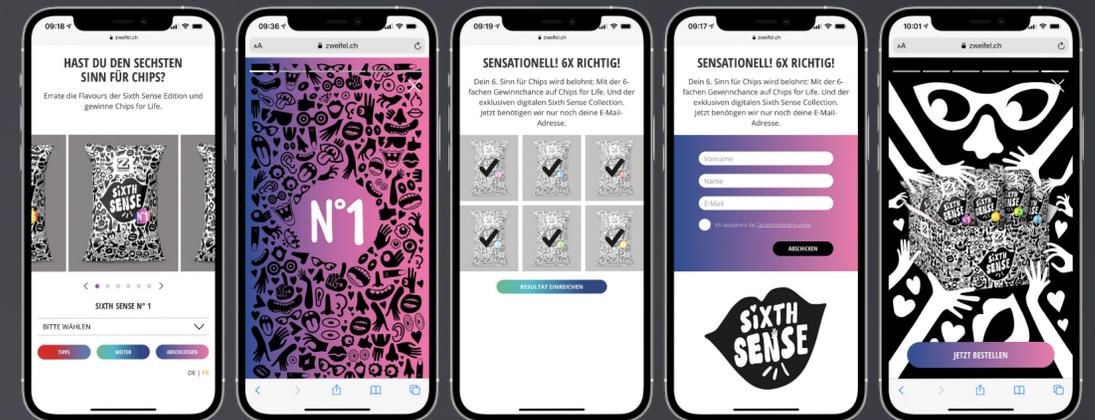
Zweifel lancierte die Challenge «Sixth Sense». Und forderte dazu auf, die Flavours von sechs geheimnisvollen Chipssorten herauszufinden – und so den eigenen sechsten Sinn für Chips unter Beweis zu stellen.

RESULTAT

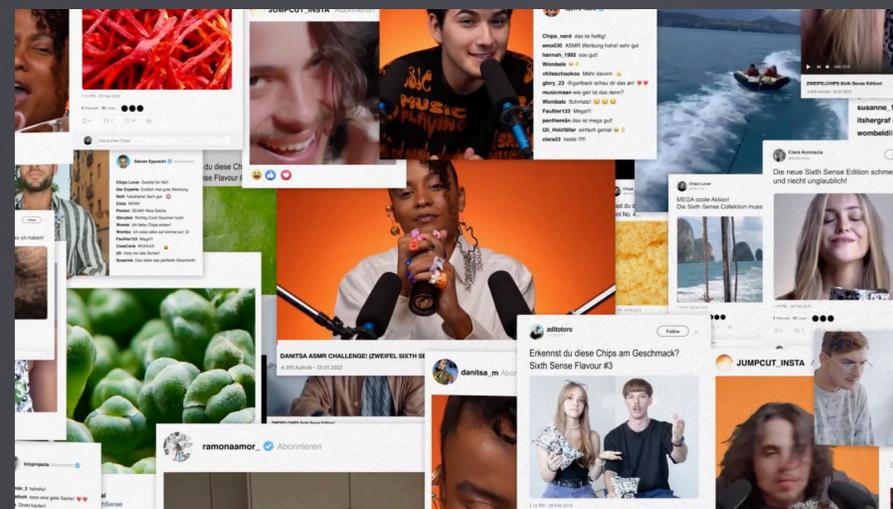
- Die bereits sehr hohe Markenpräferenz steigert sich im Vergleich zum Vorjahr nochmals um fast **14%**.
- Schon nach wenigen Wochen sind die Sixth Sense Chips restlos **ausverkauft**.
- Die Verweildauer auf dem Kampagnen-Hub beträgt im Durchschnitt **12 Minuten**.
- Auf Social Media werden die Anzahl Views um **187%** übertroffen und die Anzahl Klicks um **60%**.



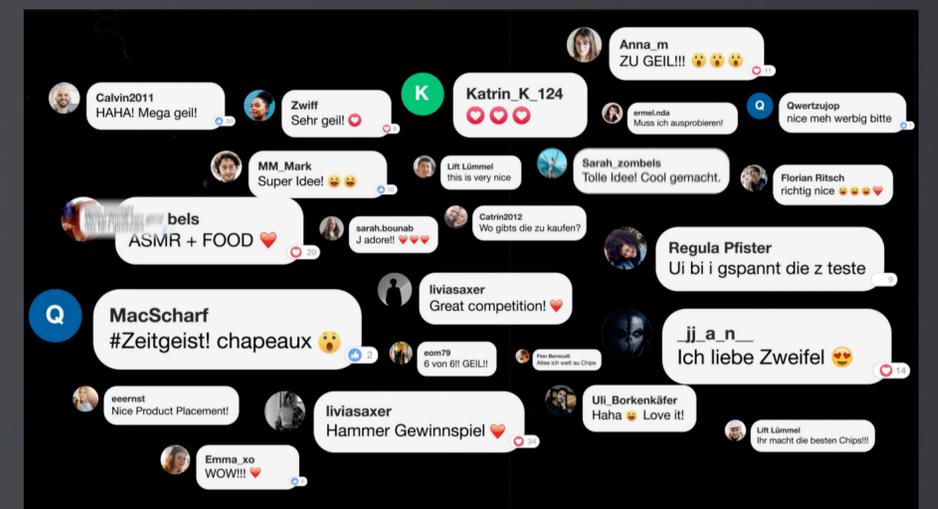
COLLECTIBLES UND NFT



HUB SIXTH SENSE



DIVERSE SOCIAL HINTS



REAKTIONEN USER:INNEN