

Partyzanckie rugby na ulicach Łodzi

Poprzez akcję marketingu partyzanckiego DomBank zapraszał łodzian na mecz rugby

Na dwa dni (14-15 maja) na ulicach Łodzi zagościła 10-osobowa barwna grupa ?rugbistów? w strojach drużyny Budowlani Łódź. Byli to animatorzy, mający swoimi działaniami przyciągnąć uwagę przechodniów. Przemierzając się po głównych ulicach i ważnych punktach miasta, gracze rzucali do siebie piłkami oraz wykonywali charakterystyczne dla rugby formacje. Przede wszystkim jednak ich zadaniem było zaczepianie przechodniów oraz zapraszanie ich na sobotni mecz sezonu, w którym stawką było 1. miejsce w tabeli. Zainteresowanym wręczane były darmowe wejściówki na mecz. Pomysłodawcą akcji był łódzki DomBank, główny sponsor drużyny rugby Budowlani Łódź ? obecnego mistrza Polski.

W ramach dodatkowego wsparcia akcji rozdawany był najnowszy numer magazynu ?Kick Off? ? tematycznej gazetki o rugby wydawanej przez DomBank. Magazyn dystrybuowany był także przed meczem, na który w sumie przybyło ok. 2 tys. kibiców. Była to pierwsza akcja guerilla marketing w historii DomBanku. Event przygotowała warszawska agencja Fabryka Pomysłów.