

## Undust Your Mind

## Bogáncsviola

15 May, 2023

innovation #you





# **Business** challenge

Despite the mass media reach, high-end consumers deliver relatively low revenue for Philips when it comes to AquaTrio 9000

# **Business** ambition

Bringing high-end consumers into the communication funnel for AquaTrio 9000 by non-standard media solutions & leveraging special reach opportunities



## **Consumer Insights**

Super premium consumers, families or family-to-bes possibly with pets, who consider mental health as a priority.

### They:

are interested in art (52%, 130 ix.)

are **gourmet** persons (50%, 126 ix.)

are interested in **economic and business** news (63%, 146 ix.)

wants to lead an active and fit lifestyle (81%, 113 ix.)

thinks being well-dressed is important (53%, 110 ix.)





## **CULTURAL INSIGHTS**

Ratio of bad news to good news is around

17:1

About

70%

of adults reported feeling overwhelmed by the news.

85%

of our TG feel the urge to make a conscious effort to think positively each morning.





## **IDEA**

## **Undust Your Mind**

Our surroundings can be chaotic and overwhelming. Positive mindset is very much needed.

By creating a much more positive media environment, we could leverage a unique purposedriven communication in the aim of **HEALTHY MIND**,

while clearing the world up both physically and mentally.



### DUSTBOX



### Experience our fastness and efficiency

We reach our target audience at the right places with a shocking AMBIENT INSTALLATION.

Can you imagine standing in a box shadowed by the amount of dust that accumulates in a year in your house?

With Philips' vacuum technology we undust the plastic box surrounding you while enlighting the box and your mind as well.

By touching the main consumer passion points we select the most relevant locations for our installations such as gastro, fashion, sport events or premium shopping malls (eg. Kék Szalag, Gourmet Festival, Mom Park).





## Cleaning media platforms of negative news

Vacuuming negative news from the front pages of major **NEWS SITES** 

Suck negativity out of **PREMIUM PRINT** media from table of contents and place 1/1 pages turned into positive tone instead of the "fake articles" sucked out from the table of contents

With the same visuality we would implement the idea on **DIGITAL OUTDOOR** surfaces, where we could change bad news into positive ones LEGFRISSEBB BELFÖLD KÜLFÖLD VIDEÓ ÉLETMÓD ÉSZKOMBÁJN PODCAST ENGLIS

#### telex



Bemutatták, hogy nézne az autómentes Lánchíd környéke, de van egy kis bőkkenő

Több járda, több fa, sőt fasor a Lánchíd pesti és budai hidfőjénél a körforgalom közepén a Mátyás templom rózsaablakát formázná a virádágvás.

#### BELFÖLD

A köztévé tudósításából kimaradt, hogy Novák Katalin tíz percig beszélgetett tüntetőkkel

Pedig az M1 stábja is a helyszínen volt.

#### KÜLFÖLD

Török választási bizottság: Erdoğan a szavazatok 49,4%-át szerezte meg

#### · ELÓ KÜLFÖLD

A Wagner-vezér Prigozsin elárulta volna az oroszokat, Kijev nemet mondott neki



#### Most akkor mi van az uniós pénzekkel?

#### Marton Balaz

Pörögnek az események a befagyott uniós források körül, de a legsürgetőbb feltételnél már elkerülhetetlennek látszik a baj. Elmagyarázzuk, valójában milyen forrásokról van sz feltétel teljesülését várják, és mi kell ahhoz, h érkezni a pénzek.

#### KÜLFÖLD

Magyar autóbusz karam meg<sup>l</sup> Szlovákiában, egy embel

#### BELFÖLD

Szájer József, Novák Katalin és a Fidesz tőbb vezető politikusa is ott volt Orbánnal Bajkai István temetésén

#### STS.

10 legérdekesebb részlet a engyel-magyar viszonyt teltáró Direkt36-

ktor a legközelebb

ürüléket küldtek a

kormányfő, és veszélybe

ek Orbán Viktor európai

#### nyomozásból

Összefoglaló a magyar-lengyel

#### mentőszolgálat szerint hincs olyan, hogy VIP-beteg

#### KÜLFÖL

Szijjártó Pekingben: Magyarország és Kína számíthat egymásra a béketábor hangjának erősítésében





We create a **MICROSITE** as a landing page with full-on Philips branding.

It collects positive news with the help of **Al tools** from the biggest news sites on a dialy basis.

On this platform we are able to connect the users with the product and create engagement and **CONVERSION**.







## MEDIA STRUCTURE



	EMPHASIZING USP	GIVING PURPOSE	GENERATING CONVERSION
MEDIA SOLUTION	Ambient Dustbox	Media Partnerships Paid DOOH and Print formats	Microsite
POE	Paid	Paid	Owned
	EARNED  Generating Word of Mouth Buzz and Hype		
FUNNEL STAGE	BUILDING AWARENESS WHILE GENERATING ENGAGEMENT & CONVERSION		





### Success of the Strategy



- The starting point is to showcase the USP of the product and differentiate it from other brands in a creative way. We find the users at places of their passion and connect at the right touch points.
- By hacking mass media in an astounding and a purpose driven method we give the brand and the product a social value that is important to our target audience and make it easy to commit.
- As a final stage we call to life a space to where they can return and build loyalty.

## **THANK YOU**