

Pressemitteilung

webguerillas starten internationales Word-of-Mouth-Projekt für Fujitsu

Agentur sucht Tester der neuen LIFEBOOK-Serie von Fujitsu

München, 01. August 2011: Die [webguerillas](#) wurden von Fujitsu mit der Entwicklung und Durchführung des zweiten internationalen Word-of-Mouth-Projekts „LIFEBOOK4Life – Accept no boundaries“ beauftragt. Nach einer erfolgreichen Kampagne im letzten Jahr sucht Deutschlands führende Full-Service-Agentur für alternative Werbeformen ab sofort erneut Tester für die Notebook-Serie Fujitsu LIFEBOOK in Europa und dem Nahen Osten.

Die Webseite <http://www.lifebook4life.com> dient erneut als Projektplattform. Dort können sich Interessierte aus Russland, Saudi Arabien, Katar, Vereinigte Arabische Emirate, Deutschland, Schweden, Finnland, Italien, Spanien, Frankreich, Polen und den Niederlanden noch bis Mitte August als Tester bewerben. 40 Projektteilnehmer begeben sich dann ab Anfang September für sechs Wochen auf eine virtuelle Weltreise. Dafür kombinieren die Münchner Werber erstmals Empfehlungsmarketing- und Social-Gaming-Elemente im B2B-Bereich: Getreu dem Kampagnenmotto reisen die Tester während des Projekts virtuell in die Länder der Projektteilnehmer. Die in jedem Land gestellten Aufgaben gilt es zu lösen, um im virtuellen Reisepass möglichst viele Stempel zu sammeln. Ein Blog auf der Projektplattform www.lifebook4life.com dient den Teilnehmern zum Austausch mit anderen Testern. Hier berichten sie zusätzlich über ihre Erfahrungen während des Projekts und reichen ihre gelösten Aufgaben ein.

Die Kampagnenwebseite ist konsequent mit der Facebook-Seite <http://www.facebook.com/Face2Fujitsu> und dem Twitterkanal http://www.twitter.com/fujitsu_TS vernetzt. Nicht-Tester erhalten über sie die Möglichkeit, sich aktiv am Projekt zu beteiligen und Preise zu gewinnen. So gibt es beispielsweise eine Verlosung unter allen Twitter-Usern, die einen vorgegebenen Tweet mit speziellem Hashtag twittern. Der Twitter-Feed wird in die Kampagnenwebseite integriert.

„Der Erfolg des letztjährigen Word-of-Mouth-Projekts hat uns gezeigt, wie aktiv unsere Kunden in der Onlinewelt agieren“, sagt Daniel Klaus, Program Manager bei Fujitsu. „Die neue Kampagne setzt die enorme internationale Vernetzung unserer Kunden dank Social Media noch stärker in den Mittelpunkt. Mit den webguerillas steht uns ein Partner zur Seite, der uns mit seiner langjährigen Know-How im Bereich Empfehlungs- und Social-Media-Marketing bestens unterstützen kann.“

Die Agentur webguerillas ist ein Full-Service-Dienstleister für Alternative Werbung. Zum Portfolio gehören alle Werbeformen im On- und Offline-Bereich, die das Zielpublikum mit unkonventionellen Ideen überraschen und unterhalten. Die Münchner Werber wurden vielfach ausgezeichnet und gehören zu den führenden Agenturen in Deutschland für Virale Kampagnen, Social-Media-Aktivitäten, Guerilla-, Word-of-Mouth-, Ambient- und Mobile Marketing, sowie für Blog- und Website-Konzepte. Mit Beteiligungen an der Agentur [AppAdvisors](#) und den Open Innovation Spezialisten [innosabi](#) stärken die webguerillas ihre Expertise im Bereich App-Entwicklung, App-Marketing und Crowdsourcing. Zu den Kunden der webguerillas gehören unter anderem die Deutsche Telekom, Bacardi, Mini, Grohe, Kraft Foods, Zott und Siemens Hausgeräte.

Die webguerillas GmbH beschäftigt derzeit 62 Mitarbeiter. Die Agentur wurde im Jahr 2000 gegründet und gewann bis heute zahlreiche Preise: 2011 gewann die Mammut-Kampagne „150years of Mammut“ den „Best Fans of Brands“-Award. 2010 wurde die stern.de-Kampagne mit dem LeadAward in der Kategorie „Anzeigenkampagne“ ausgezeichnet. Der MINImalism-Spot der webguerillas gewann den Clio Award 2010 in Bronze sowie den silbernen International Advertising Award 2010 beim New York Festival. 2009 holten die webguerillas Gold beim Onlinestar und Bronze beim London International Award für den MINImalism-Spot, sowie vier Mal die OttoCar-Trophäe.

Kontakt:webguerillas GmbH

Daniela Mayer

Phone: +49 (0) 89 1893 089 - 23

E-Mail: dm@webguerillas.de