**Brave Brain twórcą słoicyzmu dla marki Rolnik**

**30 lat Słoicyzmu – pod takim hasłem agencja brandingowa Brave Brain przeprowadziła w listopadzie kampanię promującą 30-lecie firmy Rolnik. Zarówno agencja, jak i sam Jubilat, doszli do wniosku, że tego rodzaju wydarzenie potrzebuje specjalnej oprawy, wychodzącej poza tradycyjnie rozumiane świętowanie jubileuszu. Ten jakże ważny moment dla firmy ma znacznie mniejszą wagę dla samych klientów, nawet tych rozmiłowanych w dobrze nam znanych przetworach firmy. Ostatecznie nie każdy z nas jest sentymentalny. Dlatego też święto firmy połączono z… filozofią słoicyzmu – prądem myślowym bardzo mocno zorientowanym na naturę i formułującym postulaty jej uwieczniania. To dość niecodzienne i żartobliwe podejście, propagowane przede wszystkim w social mediach, ale i poza nimi – choćby w nonsensopedii – znalazło duży oddźwięk, mierzony zaangażowaniem w towarzyszące konkursy i liczbą wejść na specjalny landing page promujący tę filozofię. Kampania digital oparta na nośnikach promujących 30-lecie słoicyzmu osiągnęła współczynnik klikalności na poziomie 0,67% (przeciętna to ok. 0,25-0,30%), posty konkursowe zebrały ok. 800 komentarzy, a landing page odwiedziło prawie 35 000 użytkowników, z czego aż 12 procent weszło na nią ponownie. Wszystkie zakładane wcześniej cele zostały zrealizowane w ponad stu procentach, w czym niemały udział miał również dom mediowy Media Choice, współpracujący z agencją.**

Zespół BRAVE BRAIN