

Funny HAHA - nu som chips

04. sep 13 | [Kampagner](#) | Skrevet af Susanne Ingemann |



KiMs har allieret sig med comedy-portalen Funny HAHA - i særdeleshed d’ herrer Jasper Ritz og Ibo - som ny partner på kampagne-konceptet ”Nu Som Chips”. Konceptet startede i foråret og genererede en vækst på næsten 20 procent i salget af rørchips. Very står bag.

I foråret introducerede chips-mesteren KiMs et nye og noget anderledes kampagne-koncept med titlen ”Nu Som Chips”.

Ideen var at lave ”alt, hvad de unge kan lide” om til chips, og første skud i bøssen var et partnerskab med det hippe og ureglerlige københavnerpladeselskab [CHEFF Records](#) og lanceringen af tre limited edition-varianter af KiMs rør-chips.

Kampagnen, som i øvrigt blot blev støttet med 15.000 kroner i købt media (Facebook-promotion og YouTube-annoncering) bidrog til en vækst på næsten 20 procent i salget af rørchips fra KiMs i perioden fra uge 1 til uge 24. Ses isoleret på ugerne 17-24, udgjorde ”Nu Som Chips”-rørene næsten 25 procent af det samlede rør-salg hos KiMs.

Nu er KiMs klar med næste partnerskab, og valget er faldet på FunnyHAHA - Casper Christensens portal for etablerede og up-coming komikere på både tv og internet - og i særdeleshed på de to gulddrenge Jasper Ritz og Ibo.

Jasper Ritz er mest kendt som tv-vært på FunnyHAHA TV, hvor han, kuet af chefen Casper Christensen, bliver sendt på alskens umulige opgaver, mens Ibo afsøger (og afslører) ægte danskhed ved at jage shababes og status i ”Danmark ifølge Ibo”.

Og de to herrers entré på chips-scenen går da heller ikke stille af. Fx var det meningen, at chips-elskeren Jasper Ritz skulle være eneste ansigt på de nye rørchips, men midt i et møde hos KiMs, tog sagen en ny drejning, da Ibo pludselig stormede ind i lokalet og insisterede på en alvorssnak med chips-ikonet Jørgen.

Ingen ved helt, hvad der skete derfra, men i filmen under artiklen kan du selv se, hvordan det gik.

Salg og engagement

- Målet er at ramme den unge, købestærke, men kritiske målgruppe med noget fra deres eget univers. Strategien er enkel: Giv ungdommen alt det, de elsker - Nu Som Chips. Og det ser ud

til at virke, som det skal. Både salgstal og engagement på de unges foretrukne sociale medier taler deres klare sprog, siger Jesper Lysholdt, der er team-chef hos Very, der står bag community marketing-strategien.

Som tilfældet var med CHEFF Records i foråret er de nye partnere ikke blot ansigter på et produkt. De har været med i udviklingen og den kreative proces i alt fra design til historiefortælling omkring de tre nye smagsvarianter, som har fået navnene Ibos Juicy Paprika Chipz (hvis du er sulten for alvor), Jaspers Bacon Chips (de smager dejligt)- og Pizza Er Smagen (fra Taastrup til Skagen).

Du kan besøge "Nu som Chips" på Facebook [her](#).

Og se første afsnit af Funny HAHA - Nu Som Chips her.

FunnyHAHA - Nu Som Chips - Episode 1



Share

Debat-regler

Vi ønsker en sober debat på markedsføring.dk, og derfor indfører vi tre regler:

- › Anonymiserede indlæg slettes uden begrundelse. Hvis debat skal give mening, skal vi stå ved vore holdninger.
- › Person-angreb, motivforskning og lignende angreb på "manden" fjerner vi skønsomt. Gå efter bolden, kære læsere.
- › Den tredje regel handler om markedsføring af eget bureau eller person. Den går ikke. Det burde være indlysende for folk i kommunikations-branchen, men nu er princippet knæsat. Og det er redaktionen, der er den ultimative dommer.